

擦亮“通”字号名特优新农产品金名片

□王华

根基、品牌为引领、市场为导向,形成“生产标准化、产品品牌化、营销多元化”的发展格局。通过持续发力,将“通”字号名特优新农产品打造成全国乃至全球认可的农业“金名片”,为乡村振兴和农业强市建设提供强劲动力。

产品有特色,才有竞争力。依托乡土、找准特色,是名特优新农产品发展壮大的基石。近年来,我市高度重视乡村特色产业发展,充分挖掘资源优势,大力实施农产品品牌战略,打造出一批为广大消费者所认可、能形成竞争优势的特色产业。海安专注于“一粒米、一滴油、一只蛋、一条鱼、一根丝”,发展五个优势产业;如皋构建了花木盆景和“三黑三白”等特色产业体系;如东聚焦狼山鸡和文蛤泥螺等海鲜产

品,培育“如意东方”区域品牌;启东重点发展四青作物、淡海水渔业、海苔深加工等产业;海门形成特色蔬菜、海门山羊、四青作物、优质家禽、特粮特经五大特色产业格局;通州不断发展壮大蔬菜、葡萄和传统腐乳茶食等特色优势产业。这些特色产业的发展为我们名特优新农产品的培育壮大奠定了坚实基础。

加强质量监管,提升产品品质,筑牢“金字招牌”根基。重视名特优新农产品标准化建设,建立健全名特优新农产品标准化质量管理体系,从种植养殖、生产加工至终端销售等环节全程把控,完善质量安全溯源体系,依托“苏农链”平台,建立“一物一码”追溯系统,实现从种植养殖到加工销售的关键节点数据上链,消费者扫码即可查看。安全可靠的产品质量,能够提升“通”字号名特优新农产

品的美誉度和认可度,增强消费者对南通名特优新农产品的消费信心。

酒香也怕巷子深。深化品牌建设,打造“通农优品”区域公用品牌。设计“江海蓝+生态绿”为主色调的品牌LOGO,融入长江、黄海、渔船等元素,配套“鲜美南通,从江到海”宣传语,在全市名特优新农产品包装上使用统一标识。加大品牌宣传推广,通过举办农产品展销会、参加国内外农业展会等方式,持续扩大名特优新农产品的市场覆盖面。借助互联网平台,发展农产品电商,利用抖音、快手开展直播平台带货,提升广大消费者的知名度。在天猫、京东开设“南通农产品官方旗舰店”,主推“通农优品”。与盒马鲜生、大润发等商超共建“南通农产品直供基地”,拓宽营销渠道,打通“从田间到餐桌”链路。

江海锐评

近年来,我市依托农业基础和资源优势,全面实施质量兴农战略,在提升农产品品质上下功夫,在农产品精深加工上做文章,持续打造具有地域特色的现代农业,充分挖掘具有地域特色的名特优新农产品。截至目前,我市共有海安鸡蛋、海安大米、如东狼山鸡、如东狼山鸡、海门山羊肉、启东绿皮蚕豆、启东青皮长茄7个农产品入选全国名特优新农产品名录。

今年南通市委一号文件提出,做好“土特产”文章,打造县域优势特色产业。擦亮“通”字号名特优新农产品金字招牌,放大品牌效应,需以品质为

从“一天”到“每天” 助残需要慢功夫

□王佳倩

每年五月的第三个星期日是全国助残日,社会各界的目光聚焦于残疾人,公益活动如火如荼,善意关怀纷至沓来,让这一天充满温暖与感动。然而,当节日的热闹散去,我们不得不面对一个现实:助残事业不能止步于“一天”的热烈,而应贯穿“每天”的日常;它绝非一蹴而就的“快进键”,而是需要持之以恒、精雕细琢的慢功夫。

全国助残日如同一个特殊的“闹钟”,提醒我们关注残疾人的需求与困境。但助残若仅停留于这一天,就会陷入“节日式关怀”的误区。不少地方在助残日组织大规模慰问、捐赠义诊活动,热闹过后,残疾人生活中的诸多难题,如无障碍设施的日常维护、就业岗位的稳定保障、康复服务的持续跟进等,依旧悬而未决。助残事业的特殊

性,决定了它需要长期的投入与坚守,唯有以慢功夫精耕细作,才能真正解决残疾人的实际问题,让他们感受到持续的关怀与温暖。

政策层面的慢功夫,在于精准落实与动态优化。我国在残疾人保障方面已构建起较为完善的政策体系,从康复补贴到就业扶持,从教育保障到权益维护,政策框架持续优化。但政策的生命力在于执行,而执行的关键在于日常的深耕。

相关部门不能满足于政策的制定与发

布,而应建立常态化的监督机制,深入基层、走进残疾人生活,了解政策落实过程中

的堵点与难点。只有在日复一日坚持中,不断优化政策细节,才能确保政策红利精准滴灌到每一位残疾人身上。

社会观念的转变,更需要慢功夫的浸润。助残日的系列活动能在短期内营

造浓厚的关爱氛围,但要真正实现残健共融,让平等、尊重、包容的理念深入人心,绝非一日之功。学校应将残障知识教育纳入日常课程体系,通过模拟体验、主题班会等多样化形式,让尊重与理解从小在学生心中生根发芽;社区常态化开展残健互动活动,打破群体之间的隔阂,让残疾人真正融入社区生活;媒体持续传播残疾人自强不息的故事,用一个个鲜活的案例,逐步消除社会对残疾人的偏见与歧视。这些工作看似琐碎、见效缓慢,却如同春风化雨,能在潜移默化中改变社会的价值取向。

个体层面的日常关怀,同样离不开慢功夫的坚持。助残不是一场轰轰烈烈的“运动”,而是无数平凡日子里的善意积累。在日常生活中,我们可以从点滴小事做起:在公共场所耐心等待行动不便的残疾人通过路口,主动为视障人士指引方向,在工作中为残疾人提供力所能及的帮助……这些细微的举动,或许不会引起轰动,但当它们成为每个人的的习惯,汇聚起来就能形成一股强大的力量,让残疾人感受到社会的温度。而且,当助残成为习惯,这种日常化的关怀,还能反哺社会,促进人与人之间的和谐与互助。

从“一天”到“每天”,从节日的喧嚣到日常的坚守,助残事业的发展需要我们摒弃急功近利的心态,以慢功夫打磨每一个环节。唯有将这一天凝聚的善意转化为日常的行动,构建起政府主导、社会协同、全民参与的长效助残机制,才能让每一位残疾人都能在社会的关爱中,共享发展成果,实现人生价值,真正做到“一个都不能少”。

文化“出圈”应回归精神本源

□顾杭娟

文化价值的践踏。正如古人所言“皮之不存,毛将焉附”,没有精神内核的传播只能是空中楼阁。

当前,文化建设面临新的课题。一方面要避免因循守旧,让传统文化“活”起来。可以利用虚拟现实、人工智能等技术,让年轻人以更亲切的方式接触文化精髓;另一方面要防止过度娱乐化,守住价值底线。就像农民耕种,既要播种新苗,也要勤除杂草。文化创新不是简单的形式翻新,而是要在时代语境中找到传统与现代的契合点。

技术发展拓展了文化传播的边界,但形式永远服务于内容。人工智能可以复原古建筑,却无法替代工匠精神;短视频能放大文化符号,但稀释不了思想深度。那些真正“出圈”的文化现象,往往兼具创新表达和精神厚度。河南卫视“中国节日”系列之所以打动人心,不仅在于美轮美奂的视觉效果,更在于其对中华美学精神的精准把握;春晚节目《只此青绿》的走红,不仅因为舞蹈之美,更是因其传递出对传统文化的深情致意。

互联网为文化传播提供了前所未有的机遇。郑州歌舞剧院舞蹈作品《唐宫夜宴》以现代舞美再现盛唐气象,哈尔滨冰雪大世界通过镜头向世界展示北国风光,南通张謇故里运用VR技术让游客沉浸式感受实业救国的家国情怀。这些成功案例证明,当传统文化找到创新的表达方式,就能突破地域限制,激发更广泛的情感共鸣,为地方发展注入强大动力。

然而,一些“出圈”尝试却走偏了方向。有的地方为博眼球,让干部扮成奇装异服的“网红”;有的景区为制造话题,不惜篡改历史、恶搞经典;更有人以低俗表演换取短暂流量。这些背离公序良俗的所谓“创意”,虽然在短时间内收割流量,最终会如同昙花一现般消散,留下的不仅是公众的反感,更是对



“帽”美如花 争荣光
中国首家以帽饰为主题的南通富美帽饰博物馆,通过6000余件古今中外帽饰珍品,生动展现艺术魅力,成为不少中外游客来通的“打卡点”。 朱晋画

让书香与车厢同心同行

□刘曦

出一片宁静的知识绿洲,丰富了乘客候车时的精神世界,优化了候车体验。对于地铁方面来说,将乘客安全便捷地送达目的地,是他们的职责所在;与此同时,提升旅客乘坐地铁的体验同样不容小觑。“地铁自习室”满足了乘客利用碎片化时间进行阅读学习的利益诉求,也让公共服务以一种更加细致、柔软、体贴的方式呈现出来,做到了对乘客们“温柔相待”。

从城市的角度来看,地铁阅读学习也是一道风景。一座城市的文化肌理,既是由图书馆、人文古迹、文化活动等构成的,也是由一个个热爱阅读的普通市民构成的。从地铁上的读书人,可以看出一座城市的气质和品位。“夜校”,这个听起来已“过去时”的教育形式,如今正以新姿态闯进年轻人的夜生活。在多个大客流量地铁

站引入夜校教学点,打造下班通勤路上的“充电站”,从文艺特长、非遗到美食评选、生活技能……在华灯初上的城市地铁站,让更多年轻人告别下班后“宅家刷视频”的单一夜生活,走进夜晚“小课堂”,在收获新知、享受松弛的同时结交志同道合的朋友,获得精神上的满足。

其实,“地铁夜校”也好,“地铁自习室”也罢,说到底都是地铁方面充分尊重和积极回应乘客尤其是青年人的精神需求,真正做到了“想乘客所想,急乘客所急,乘乘客所需”。不只是地铁站,城市公共空间作为人们日常交流活动的场所,是城市的文化精髓所在。积极开拓、营造、发挥好公共空间的作用,让城市文脉“活”起来,就是在用文化之力涵养城市发展。为此,需要挖掘公共空间的文化资源,引入鲜活的文化生态,同时面向市民生活,提供包括图书馆、展览等各类

配套措施,进一步丰富场地内涵。让公共空间成为人们休闲、交流、娱乐的场所,使每一个穿梭其中的瞬间,都能成为记忆中美好的风景线。

这是一个全民学习的时代,更是一个终身学习的时代。我们也需要“地铁+学习”模式的常态化,从“地铁夜校”“地铁自习室”到“地铁图书馆”,再到“书香列车”,持续拓展文化服务的边界。这种探索不仅在于提供一个学习的空间,更在于构建一个动态的文化生态系统:通过列车与车站的空间改造、线上线下资源的整合,社会力量的协同,形成一个“供给—传播—反馈”的良性融合。这种融合,也恰好回应了现代社会对“慢生活”的渴求:在速度与效率的夹缝中,为心灵辟出一隅栖息之地。当你不知道干什么时,不如捧起一本书,让阅读成为一种生活方式,迷茫和焦虑就会让路。

近日,国家网络安全通报中心通报,经国家计算机病毒应急处理中心检测,65款移动应用存在违法违规收集使用个人信息情况,引发公众担忧。根据通报,有的App没有征得用户同意,就开始收集个人信息;有的隐私政策难以访问;有的没有提供有效的更正、删除个人信息及注销用户账号功能……类似情况并不鲜见。近年来,App过度索取个人信息,可以更精准地提供个性化服务、优化使用体验,但绝不能超出相应的业务范围,攫取用户隐私终将玩火自焚。我国个人信息保护法、数据安全法等法律法规,对个人信息收集、使用等行为划出红线,有关部门依法依规开展行动,部分App因侵害个人信息权益而被查处。这些不良App面临的,不仅是罚款、停业整顿等惩罚,更是用户信任的崩塌。此前,某网络服务平台因违规收集使用个人信息被下架,直接导致其日活跃用户断崖式下跌,印证了市场规律:一旦失去隐私敬畏,必将被市场所抛弃。

——新华网《攫取用户隐私终将玩火自焚》

据近日央视等多家媒体报道,5月19日,安徽凤阳鼓楼突发屋顶瓦片大面积脱落坍塌,持续数分钟,相关视频在网络上引发广泛关注。当日晚,凤阳县文旅局通报称,凤阳县鼓楼(1995年重建)顶部一侧瓦片部分脱落,无人员伤亡,相关情况正在调查中。5月20日上午,该县文旅局再次通报鼓楼楼宇瓦片脱落详情,称鼓楼去年刚完成维修,当地已成立调查组展开调查核实。

公开报道显示,安徽凤阳鼓楼的楼宇部分并非文物,是复建而成,但楼宇下面砖石结构的城台部分,则属于省级重点保护文物。鼓楼楼宇部分在2023年9月至2024年3月刚进行过封闭维修,内容包括“更换损毁檐板、屋椽,更换脱落瓦片”,总花费达300多万元。耗资不菲的维修工程刚完成一年,瓦片便大面积脱落——这与工程质量是否有关?维修过程和验收等环节是否规范?修缮资金的使用是否科学合理?相关监管责任是否落实到位?希望相关部门能够彻查,将这些问题逐一拉直。文物保护经不住“破坏式修复”,更容不得“拆”的折腾。凤阳鼓楼脱落的瓦片“砸”出了当下文物保护的脆弱和困境,敲响了文物保护的警钟。对于暴露出的问题,要能一查到底,更要问责追责。文物古建等珍贵的历史文化遗产历经千百年传承至今,殊为不易,可谓“千年工程”。相应地,文物的保护工作也应该成为“千年工程”,这是对祖先负责,对我们自己负责,也是对后人负责。文物保护工作只有进一步筑牢专业与责任的防线,那些宝贵的历史文化遗产才能更好地被守护与传承,在岁月的长河里熠熠生辉。

——工人日报《刚维修过瓦片就脱落? 文保工作也是“千年工程”》

在网络平台能解决大部分消费需求的时代,眼下有一群原本的“电商人”,放弃网店攒了十几年的评级、客户,转而租铺面,做实体。据媒体调查,特别是在2024年“6·18”电商大促结束后,很多中小体量的商家开始考虑回到线下开实体店。其实,无论哪种业态,人始终是其中最关键的要素。那些再次捕捉到实体店机遇的“逆行者”,基本上来自成熟的电商群体。拿当初凭借“人、货、场”就玩转实体店的那人来说,他们大多是互联网的“原住民”,是具备互联网思维的一代人。简而言之,互联网思维是人们立足于互联网去思考和解决问题的思维。譬如,过去人们开实体店起早贪黑,不敢早打烊,生怕错过一单上门的生意。现在开实体店起早贪黑,不敢早打烊,生怕错过一单上门的生意。现在开实体店,离不开社交媒体,不必在线下守店。通常来讲,顾客在线看到产品和商家,再去实体店试货。一言以概之,以往“人找货”,现在“货找人”。路边“上线”的实体店,早已今非昔比。归纳起来,互联网思维至少包含两个要素。其一,用户思维,以用户为中心。商家必须顺应用户的思路与习惯,跨主题、跨媒体、跨平台与用户邂逅,成为“解决方案专家”。譬如,以“微胖梨形”为引流标签,服装店抓住女性“胳膊太粗”“大腿太粗”的痛点,帮助顾客告别“尺码焦虑”。其二,“留量”思维,能变流量为“留量”。流量不是源源不断的,使获取的流量保持活跃至关重要。因为,这关系到用户能否持续地进行价值输出。只有以用户体验为导向,提供情绪价值,重视与顾客的互动,形成持续改进的闭环,路边小店才能持续获客。譬如,把乐、策展、潮玩汇集起来,实现“业态混搭”,让参与者在其中交流分享,带动群体消费。可见,互联网思维本质上是一种创新思维。基于个性化、多元化的需要,在创新中精准回应细分需求,小众消费的实体店也能找到自己的商业模式。

——广州日报《电商人转战实体店能否逆袭》

近日,广东省教育厅等五部门联合发布《关于加强中小学生校服管理工作的指导意见》,自2025年7月1日起施行。其中,“两个自愿”原则备受关注——学校开展校服选用工作要自愿,学生和家长购买校服也要自愿。此外,新规明确,非城镇中小学校原则上不要求统一着装和购买校服。以往,校服强制统一购买往往存在诸多问题,不但家长和学生没有选择的余地,加重家庭经济负担,还可能引发一些不必要的矛盾。而“校服购买自愿”原则,充分尊重了学生和家长的意愿,给予了他们更多的自主权。这体现了教育管理理念的转变,从过去的行政命令式管理向服务型管理转变,更加注重以人为本,关注学生和家长的实际需求。这一政策的作用和意义,还在于有利于破除校服背后的利益链。“校服购买自愿”政策的出台,将打破这种利益格局,让校服采购回归到公平、公正、透明的轨道上来。然而,“校服购买自愿”政策的落实,恐怕并不会一帆风顺。一些学校虽然表面上遵循“自愿”原则,但在实际操作中却通过各种方式暗示或强迫学生购买校服。比如,学校在开展集体活动时,要求穿校服的学生才能参加。对此,教育部门和学校要通过多种渠道,如校园广播、宣传栏、家长会等,向学生和家长广泛宣传“校服购买自愿”政策,让他们了解自己的权利和义务。同时,教育部门要加强对学校校服使用的监管,定期对学校进行检查和评估。通过设立举报电话和邮箱,鼓励学生、家长和社会各界对违反“校服购买自愿”原则的行为进行举报。对于查实的违规行为,要严肃处理。

——新京报《“校服购买自愿”,好事要办好》

“用中性笔组装AWM-狙击步枪,90%超高仿真度,可发射,在学校就能做。”近日,在某社交平台展示的视频里可以看到,3支普通的中性笔被拆解成笔杆、弹簧、笔芯、笔帽等零部件,在博主的重新组装下,不多时,一把迷你“笔枪”便完成了。以“用中性笔做一把枪”为关键词进行搜索,搜索结果里热度最高的视频点赞量高达40多万,评论过万条。有网友认为,取材容易、制作方便,是这种“DIY武器”在未成年人中流行的重要原因,甚至有评论戏称“在家成功率1%,在学校成功率100%”。还有视频声称这是“好玩不伤人”的文具改造,言外之意是,“笔枪”既安全又有很强的趣味性。易学易做再加上好玩,使得越来越多的学生成为其中,这是“笔枪”迅速风靡校园的重要原因。“笔枪”的零部件虽然来自笔,却在某种程度上具有“枪”的攻击力和伤害力。若使用不当,存在一定的危险性。“笔枪”成品通常会将笔芯作为“子弹”,射程可达两米左右,可轻易击倒塑料瓶,这样的杀伤力是可以致伤甚至致残的。事实也如此,根据公开信息,已经发生过男孩自制笔芯弹射穿自己眼角膜的事故,还发生过男孩手掌被同学“笔枪”弹射插入笔尖的事故。其中有学生因“笔枪”导致眼角膜破裂,需要紧急实施眼角膜缝合手术,并且视力一度降至0.2,被评定为二级伤残。类似案例,应该引起老师和家长们的高度重视。“笔枪”对学生身心健康的危害,或许远超致伤风险,通过将文具改造为“武器”并模拟射击游戏,学生易将攻击性行为与“趣味”“创意”混淆,导致课间活动娱乐化、暴力化。部分学生将“笔枪”作为社交媒体道具,通过炫耀改装技巧或发起对战游戏获取同伴关注,可能滋生攀比心理与攻击性人格倾向。制作“笔枪”需反复拆解文具、调试零件,这种机械性操作可能演变为成瘾行为,挤占学习时间与精力。根据《中华人民共和国未成年人保护法》规定,禁止制作、发布含有宣扬暴力等危害未成年人身心健康的信息。《互联网信息服务管理办法》明确,网络信息内容生产者应当防范可能引发未成年人模仿不安全行为。治理“笔枪”乱象,平台应完善内容审核机制,利用AI技术精准识别并下架危险改装教程,对违规账号采取限流或封禁措施。有关部门以及文具行业协会等应瞄准“笔枪”以及类似可改造文具的安全隐患,推动修改、优化、完善生产标准,从源头消除文具零部件弹射型改造的适配性、可行性。学校需将文具安全纳入主题班会,通过案例演示揭示潜在的文具使用观念,避免批量购买中性笔造成滥用。只有通过多方面的协同治理,才能织密校园安全防护网。近年来,校园内稀奇古怪的玩法层出不穷,比如“牙签弩”“烟卡”等都曾风靡一时,“笔枪”就是此类玩法最新的表现形式。因此,治理“笔枪”,不仅要就事论事地加以应对和处置,更应该思考,奇葩玩法何以轮番出现,并站在全局的角度,将其作为一种危险现象来强化整治与引导,如此才能避免奇葩玩法在校园内遍地开花。

——北京青年报《避免奇葩玩法在校园内遍地开花》