



丁荣忠:带着大家增收致富 是我不变的追求

乐山多部门联动 守护高考学子逐梦路

■ 记者 彭维肖 骆帅 杨平

六月逐梦,不负韶华。一年一度的高考圆满落幕。为守护万千学子的追梦征程,营造安全、安静、有序、舒心的考试氛围,乐山公安、城管、交警、融媒体中心等多部门协同联动、暖心护航,以细致入微的服务、温情满满的举措,为高考学子保驾护航。

温情护考 鲜花寄语送祝福

6月7日,2026年全国高考正式拉开帷幕。清晨,市中区公安分局民辅警早已奔赴各高考考点,坚守安保岗位,筑牢考场安全防线。不同于严肃的值守,今年的护考现场温情满满。民辅警特意准备了向日葵,免费发放给考生及陪考家长,同时在考场外精心设置粽子、向日葵等趣味互动小游戏。一个个趣味游戏、一朵朵向阳鲜花,承载着“一举夺魁”“金榜题名”的美好期许,有效缓解了考生的紧张情绪,为考生加油鼓劲。

今年高考期间,我市创新升级安保工作,将科技手段融入护考全过程,让守护更精准、服务更高效。市中区公安分局反恐特警大队启用全息影像盾牌,动态投射美好祝福语,为考生送上真挚祝福。

“我们通过全息影像盾牌展示祝福标语,祝愿所有考生一举夺魁、金榜题名。”市中区公安分局反恐特警大队大队长武巴凤说。同时,公安部门部署充足的巡特警力量在考点周边不间断巡逻,全方位保障考生、家长的人身安全和考场周边的秩序稳定。

考场外的守护,处处皆是温暖瞬间。高考前夕,考生曹枫佳不慎扭伤脚踝,行动不便。执勤交警了解该情况后,第一时间开辟高考绿色通道,帮助考生顺利、安全进入考场,贴心举动获得家长和考生点赞。

高考期间,乐山市融媒体中心也在乐山一中考点外设立便民服务点,贴心为考生及家长提供便民服务,助力学子从容应考、安心赴考。

全力守护 多方聚力筑安心

为全力护航高考,乐山市公安局交警支队直属一大队提前部署、精准规划,细化交通保障方案,全方位筑牢高考交通防线。

据市公安局交警支队直属一大队副大队长罗斌恩介绍,本次高考护考,交警一大队全员在岗,共出动警力235名、警车21辆、警用摩托车46辆,在各考点周边布设8处临时交通管制制点。通过定点值守与动态巡逻相结合的方式,开展交通疏导工作,全力打通高考绿色通道,对送考大巴、爱心送考车辆予以优先放行。同时设立3处便民服务点,全天候在岗在位,随时受理、快速处置考生及家长的各类求助,全力解决考生赴考难题。

静谧的考试环境,是考生稳定发挥的关键。为杜绝噪音干扰、维护考点周边秩序,市中区综合执法局聚焦各考点重点区域,开展高考静音专项整治行动,全方位净化考场周边环境。

市中区综合执法局通江执法队副队长卢成明介绍,高考期间,执法人员严查考点周边占道经营行为,规范沿街经营秩序,保障考生有序进出考场。同时,严格落实噪音管控措施,对周边施工工地、沿街商铺、小区生活噪音等进行全面巡查管控,严厉制止各类扰民噪音,全力为考生打造安静、安心的考试环境。

从安全值守、交通保障,到静音护考、温情送福,乐山相关部门、单位各司其职、密切配合,以细致、暖心、高效的服务,织密高考护考防护网,用温情守护每一位追梦少年。



丁荣忠(右)和村民讨论葡萄种植情况。

受访者供图

农技专家实地研判补救,多措并举帮助种植户挽回经济损失,稳住了合作社的根基。

合作社成立初期,不少农户对新型规模化种植模式心存疑虑。面对村民的质疑,丁荣忠选择先行试种、现身示范,联合合作社骨干先行落地特色种植项目,将实打实的收成、收益摆在村民眼前。

时通过统筹调控产销、精细化成本管控,整合上下游产销资源,从源头解决农产品滞销难题,促进农户增收致富。

点亮村民增收路

随着合作社的发展壮大,除了种植户增收,更多村民享受到了实惠。合作社用工优先吸纳本村及周边留守老人、闲置劳动力。“村里有名七十多岁的老人,以前只能靠孩子每月给几百元生活费,合作社成立后,他负责除草、田间管护等活儿,每个月工资上千元。”谈到这里,丁荣忠眼里满是自豪。

在合作社的持续带动下,新建村及周边村落发生了翻天覆地的变化。过去村里交通闭塞、产业零散、留守老人与儿童居多,如今村内基础设施全面提档升级,村民们纷纷住进新房、购置家用车辆。当地还建成了水稻、小麦、蔬菜、食用菌、精品水果产业链条,成功落地10余个招商引资农业项目,建成数百亩现代化葡萄采摘园,“一组一品”多元种植养殖模式落地见效,村集体经济稳步壮大。

回望多年的乡土耕耘路,谈及家乡与朝夕相伴的村民,丁荣忠满眼欣慰:“看到乡亲们日子越来越好,就是我多年奋斗最大的成就感。守好脚下这片土地,带着大家增收致富,是我不变的追求。”

■ 记者 曾梦园

在峨眉山市绥山镇新建村,提起丁荣忠,村民们无不交口称赞。从返乡青年成长为合作社理事长,丁荣忠怀揣建设家乡的初心,深耕乡土十余载,以实干助力乡村振兴落地生根。

近年来,丁荣忠创办忠禾农业专业合作社,成立峨眉山市园丁农业生物科技有限公司,立足峨眉当地资源,聚焦特色种植养殖、品牌建设,带动周边村落补齐农业短板、盘活土地资源,让百余户村民在家门口实现稳就业、增收致富。2019年,丁荣忠荣获乐山市劳动模范称号。

返乡归田守初心

十几年前,峨眉山市本土农业人才稀缺,不少农村青年远赴外地安家落户。“农业不能丢,乡村要发展,总要有个人留下来扎根。”目睹此情景,作为土生土长的峨眉人,丁荣忠下定决心返乡创业。

2011年,依托地方惠农扶持政策,丁荣忠瞄准特色农业赛道,在绥山镇新建村成立忠禾农业专业合作社。创业初期,难题接踵而至。农户种植的食用菌菌种品质有缺陷,种苗抗病力不足,面临大面积减产亏损风险……紧急关头,丁荣忠主动对接当地农业部门,利用合作社多方资源,邀请

沐川县碑坪村:

小程序架起“云”销路 农家土货变身俏销货

■ 刘羽佳 记者 杨心梅 文/图

“碑坪村的好东西,终于走出了大山!”近日,一款名为“碑坪有情”的微信小程序在沐川人的朋友圈里悄然走红。这个被大家称为“掌上超市”的小程序,将沐川县杨村乡碑坪村的土鸡蛋、猕猴桃、土鸡、蜂蜜等20余款农副产品集中“上云”,为优质农产品打开了对外展示、对外销售的新窗口。

点开“碑坪有情”微信小程序,清新质朴的页面上,最醒目的便是驻村工作队与村民、农产品的合影,一张张真实的笑脸搭配新鲜的土特产品,既接地气又显诚意。碑坪村党支部书记陈林告诉记者:“碑坪村依山傍水,生态环境优良,家家户户都有拿得出手的‘土货’,但由于销售渠道单一,‘好东西卖不出好价钱’一直是困扰村民的烦心事。”

看着乡亲们的笋子、土鸡蛋等农产品因销路不畅堆积在家,村“两委”与驻村工作队看在眼里、急在心里。得知村干部徐强正在筹备搭建村级线上销售平台,大家主动加入其中,有人钻研小程序搭建技术,有人深入田间地头拍摄产品、设计详情页,有人负责后台运营与订单处理……经过半个多月的共同努力,“碑坪有情”微信小程序正式上线运营。

“线上销售农产品,最难的不是技术,而是信任 and 标准。”陈林介绍,“碑坪有情”微信小程序坚持“三统一”原则,即统一品牌、统一标准、统一售后,从源头保障产品品质,确保将最地道、最新鲜的“沐川味道”送到消费者手



驻村工作队队员帮助村民挑选优质农产品。

里。

“碑坪有情”微信小程序上线后,市政协办公室派驻碑坪村干部陈旭柯和同事们主动发挥自身资源优势,一方面根据产品标准,上门帮村民挑选优质农产品、指导大家做好清洗、包装等工作;另一方面,化身“品牌推荐官”,积极向外界推介“碑坪有情”品牌,讲述碑坪村的农耕故事,传递原生

态农产品的魅力。“我们要做的不仅是一个卖货的平台,更是展示碑坪形象、带动群众增收的阵地。”陈旭柯说,要让每一件走出大山的农产品都经得起检验,让“碑坪有情”成为村里的一张名片。

小程序上线试运行不到一周,累计接到订单100余单,成交额1.9万元,实实在在的收益让村民们脸上乐开了

花,“土货”变成“俏货”,让大家都有了信心投身农业种植养殖。

对于未来的发展,陈旭柯信心满满地表示:“我们将继续丰富小程序的功能,优化‘线上下单+驻村工作队带货+村级配送’模式,完善品质管控体系,进一步拓宽销售渠道,让碑坪村的优质农产品走出大山、走向更远的地方。”

新华时评

场景焕新,县域消费新势头

■ 新华社记者 潘晖

端午将至,龙舟待发。广东超200项龙舟比赛串起“赛事+市集+食宿”的县域消费链条;海南定安把粽子做成“自贸港美食IP”,掀起文旅热潮。从龙舟竞渡、粽子飘香到赛事文旅,县域消费因场景焕新,活力蒸腾。

县域经济总量占全国GDP近40%,县域消费已成为扩内需的重要力量。真正点燃县域消费的“关键变量”,是消费场景的创新。消费场景不只是买卖空间,更成为唤起情绪、承载体验、激活需求的场所。如今,消费者更愿意为在地文化的沉浸感、为一次独特的体验买单。新场景,让县域消费“燃”起来。

场景之所以成为“关键变量”,在于它能创造增量市场。浙江磐安,全猪宴、打年糕串起消费链;安徽青阳,开在村史馆里的“老街村咖”用一杯咖啡把游客停留时间从1小时拉长到3小时,带火了旁边的铁锅地……游客未必冲着美食而来,却被节庆氛围感染;一杯咖啡并不稀奇,但“抬头见山”的松弛感让人慢下来,还顺手带

走几件土特产。这些场景从乡土和日常里长出来,才有旺盛的生命力。县域消费增长的背后,是文化传承与乡村振兴的同频共振。

场景焕新,离不开政策支持。国务院日前印发的《加快农业农村现代化“十五五”规划》提出,实施县域商业提质增效行动;此前多部门发布《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》鼓励餐饮、物流下沉与场景创新;“小而美”场景评选、“商文旅农体酒”融合方案在多地加速落地,开辟新的消费赛道……政策接力为县域消费场景创新划出清晰路线。

也要看到,县域消费场景同质化问题依然存在。一些地方仍搞高度雷同的“明清一条街”;有的地方止步于“造一个网红景点”,难以把“一时热”转化成“一直热”。

县域消费的吸引力,在于让游客愿意再来一次的“理由”。把每个理由做成场景,把每个场景做出“留量”,县域消费就有了过硬的底牌。以场景创新为支点,县域消费必将跑出自己的节奏。

垃圾分一分 环境美十分

