

卢氏县汤河乡：不负好春光 药材春管忙

本报 3月4日，在卢氏县汤河乡杨庄村，村民们正抢抓墒情给山茱萸施肥，田间地头一派繁忙的景象。

“2024年，我家种植的山茱萸收入近八万元，收益还不错，眼下正是山茱萸春季科学管理的黄金时期，我早早给树施肥，让山茱萸多开花结果。”村民李平志说。

在杨庄村另一处连翘种植地里，村民杜玉州正在给连翘树修枝。“我家这块地的土质很松软，连翘树就是喜欢这种透气性好的沙壤土质。”杜玉州表示，连翘培育省工省力，只要除草、施肥、修枝即可，待到连翘成熟采摘时，就能收获遍地“金”。

“多年来，许多村民靠种山茱萸、连

翘搭上‘致富快车’，村里也办起了中药加工厂，提高中药材附加值，进一步促进村民增收致富。”杨庄村党支部书记、主任杨清亮说。

据了解，2024年以来，汤河乡遵循合作共赢理念，深入推进农业供给侧结构性改革，依托气候、土壤、环境等资源优势 and 区位优势，以特色求发展，以市场为

导向，以服务为支撑，采取“党建+合作社+农户”模式，引领群众从零星散种到集中连片种植中药材。

“我们极力打造温泉小镇，走农工旅游一体化发展路子，每到山茱萸、连翘开花结果的时节，我们这里满山遍野一片花海，许多村庄成了‘打卡地’。”汤河乡相关负责人说。（常帮桂）



卢氏县医保局：强化党风廉政建设 保障医保基金安全

本报 3月3日，卢氏县医保局召开2025年医疗保障暨党风廉政建设工作会议，深入分析面临的形势，部署2025年党风廉政建设和反腐败相关工作。县纪委监委派驻纪检组参加会议。

会议强调，不断强化责任意识，牢牢从从严治党主体责任，始终保持永远在路上的坚韧执着，以高度的思想自觉、政治自觉、行动自觉，坚持严的基调一体推进“三不腐”，巩固深化党纪学习教育

成果，始终做到廉洁自律，认真落实中央八项规定及其实施细则精神，时刻把“六大纪律”挺在前面，加强自我约束，坚决抵制各种形式的腐败行为；抓实专项治理，规范医保基金运行，要以医保基金监管专项治理为重点，以超常举措、超强合力，多措并举，稳步推进，保持基金监管高压态势，持续巩固群众身边不正之风和腐败问题集中整治成果，守护好人民群众的“看病钱、救命钱”。（宋康焕）

义马市市场监管局：开展特种设备安全检查

本报（记者任志刚）为防范特种设备安全事故发生，近日，义马市市场监管局成立专项检查小组，对全市范围内的特种设备开展安全大检查。

检查中，检查组对液化石油气充装站、商场电梯以及医疗机构使用的压力灭菌器等特种设备使用和管理情况进行重点检查，对存在安全隐患的特种设备使用单位下发了安全监察指令

书，责令其限期整改，并督促相关单位要切实履行安全主体责任，增强安全意识，严格落实各项安全保障措施，严防特种设备安全事故发生。截至目前，共检查特种设备使用单位15家，发现安全隐患18处，下达监察指令书4份。

在接下来的工作中，该局将进一步加大检查力度，及时消除特种设备安全隐患，保障特种设备运行安全。



学雷锋 见行动

3月5日，三门峡市恒特保安服务有限公司三门峡分公司的工作人员在区政府公交站台擦拭广告牌。当日是学雷锋纪念日，该公司组织30多名工作人员走上街头擦拭广告牌、捡拾垃圾，以实际行动传承雷锋精神，弘扬社会正能量。

本报记者 王建栋 摄

灵宝市函谷关镇：巾帼普法行 守护“她”权益

本报（记者何英杰 通讯员张善善 薛娟娟）在“三八”国际妇女节来临之际，3月4日，灵宝市函谷关镇联合该镇妇联开展“巾帼普法行”活动，旨在通过法律讲座、法律咨询、法律援助等形式，向广大女性普及法律知识，提供法律服务，帮助她们学会运用法律武器维护自己的合法权益。

培训会上，灵宝市华律律师事务所律师马瑞敏分别围绕《中华人民共和国妇女权益保障法》《中华人民共和国民法典》进行

了深入浅出的讲解，用通俗易懂的语言，为参会的基层妇女群众上了一堂生动的普法课。与会妇女代表纷纷表示，要增强知法、懂法、用法、守法的法律意识，做好新时代乡村“巾帼普法明白人”。

此次普法活动，进一步提高了该镇广大妇女群众的法律素养，营造了尊重妇女、维护妇女儿童合法权益的良好氛围。在接下来的工作中，该镇将继续推动普法宣传活动常态化、长效化，为维护妇女儿童合法权益撑起“保护伞”。

经济开发区：学习雷锋树新风 文明实践暖人心

本报 3月4日，三门峡经济开发区文明办在黄河广场举行三门峡市2025年“学雷锋 树新风 暖人心”新时代文明实践推动月集中示范活动。

活动中，开发区文明办组织区直各部门及辖区文明单位，结合各自业务实际开展了交通安全、消防安全、环境保护、文物保护、法律援助等方面的知识宣传，并在现场接受群众咨询，认真答疑解惑，并联合三门峡市中心血站、三门峡市文化志愿者协会开展了急救演示、无偿献血和志愿服务等志愿活动。

活动当天在现场设置宣传展位30余个，摆放《三门峡市文明行为促进条例》、“扫黄打非”、法律法规、健康医疗等版面20余张，悬挂条幅10余条，

发放移风易俗宣传页2000余份。

“今天的活动形式多样、内容丰富，接地气，让大家受益很多。通过这些活动，我们亲身感受到了社会的温暖，好像雷锋就在我们身边……”市民刘爱巧高兴地说。

在接下来的工作中，开发区将以培育和践行社会主义核心价值观为主线，以文明实践志愿服务为主要方式，以新时代文明实践中心（所、站）为平台，持续深入开展贴近基层、惠民利民的文明实践活动，大力营造文明实践人人参与、文明行为人人践行的舆论氛围，让文明之风吹遍每一个角落，鼓励更多的人投身志愿服务，为社会发展贡献力量。（邵宗波）

示范区（高新区）社会事务部：践行雷锋精神 传递温暖关爱

本报 3月3日，三门峡市城乡一体化示范区（高新区）社会事务部联合辖区各医疗机构将爱耳日宣传活动与“学雷锋 我行动”文明实践主题活动有机融合，在辖区大王镇、阳店镇开展了一场内容丰富的公益活动。

活动现场，医疗志愿者团队组成学雷锋医疗服务小分队，充分发挥专业优势，为居民免费进行耳部检查，耐心解答居民提出的各类耳部健康问题。同时，通过现场讲解、发放宣传资料等方式，向大家普及爱耳护耳知识，如如何正确使用耳机、预防耳部疾病的方法等，让居民深入了解保护听力的重要性。

同时，另一组志愿者则为居民提供贴心服务，帮助维持现场秩序，引导居民有序进行耳部检查，还主动搀扶行动不便的老人，为他们提供全程陪伴与帮助。活动中，志愿者们还与居民亲切交流，倾听他们的心声，解决他们在生活中遇到的小问题，用实际行动传递温暖与关爱。

此次活动共服务居民500人次，发放宣传资料600余份。居民对耳部健康重视程度明显提升，也增强了大家爱耳护耳的意识，进一步弘扬了雷锋精神，让“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神深入人心。（秦琴）

仰韶彩陶坊 河南人荣光

——仰韶彩陶坊入选首批“中国消费名品”

“国家级名单公示，仰韶彩陶坊荣耀上榜！”

2月24日至28日，工信部公示了首批“中国消费名品”名单，经过层层审核、评定，并征求生态环境部、商务部、应急管理部、市场监督管理总局、国家知识产权局、国家药监局、全国工商联、中国消费者协会等单位及有关行业协会意见，最终93个企业品牌和43个区域品牌上榜，仰韶彩陶坊赫然在列，入选首批“中国消费名品”。

仰韶彩陶坊，河南人荣光。此次入选“中国消费名品”，既是河南人荣光，又是中国酒业的骄傲！



河南仰韶酒业集团大门 图片均由仰韶酒业集团公司提供

深度融合，仰韶酒业开始强化数智化在白葡萄酒中的应用和实践，逐步实现了从制曲、酿造、包装、仓储、物流等环节的转型升级，建立一庄五园综合管控平台，通过实时监控、数据收集，实现数据可视化，实现了陶融工艺的自动化、数字化，使陶融原酒的质量和产量实现双飞跃，不仅提升了企业的核心竞争力，也为豫酒乃至中国白酒行业的科技创新打造了“仰韶样本”的典范。

仰韶彩陶坊，河南人荣光。经过十多年的品饮实证，仰韶彩陶坊被誉为“一亿河南人喝出来的家乡酒”。

它的魅力之处，除了高品质的价值担当，外形以仰韶彩陶小口尖底瓶和鱼纹葫芦瓶为原型的独特包装，也让仰韶彩陶坊迎来消费者关注的目光。正因如此，仰韶彩陶坊成为“好看、好闻、好喝、好受”的“四好”品质口碑。

入选“中国消费名品”，仰韶彩陶坊有足够的文化自信和品牌影响力

作为豫酒龙头，仰韶酒业始终秉承“为中国白酒引领世界消费持续精进，使仰韶文化成为影响人类的伟大智慧”的企业愿景，自始至终提升中国白酒自信、弘扬中国白酒文化作为使命，矢志不渝抓科研、深耕市场创品牌。

文化上，秉承“活态文化传承人”身份的仰韶彩陶坊酒，用七千年不间断的文明酿造，完成了从物质载体到精神符号的升华，多年来通过酒器复刻（如小口尖底瓶）、陶融型工艺创新、沉浸式文化IP打造，不断将史前文明符号转化为可感知的消费体验，用一杯酒诠释着中华文明的韧性。正如仰韶酒业集团党委书记、董事长侯建光所言：“我们不仅是酿酒者，更是文明火炬的传递者。”

品牌上，仰韶酒业将仰韶文化作为品牌根基，以仰韶彩陶坊酒为核心载体，全方位展现品牌的文化深度与独特魅力。品牌定位方面，仰韶彩陶坊酒凭借深厚文化底蕴、精湛酿造工艺与卓越品质，锚定“高端文化白酒旗帜”定位，在高端白酒市场独树一帜；品牌塑造方面，仰韶深挖仰韶文化资源，借中华仰韶酒庄开展“种生酿酒”系列活动。品牌故事登陆央视四大频道、十档栏目，还连续四年携手河南卫视打造中国节日奇妙游，生动讲述仰韶故事；美誉度提升上，仰韶彩陶坊凭借过硬品质，斩获“河南省省长质量奖”“中华老字号”“中国十大新名酒”及“河南省首批‘豫豫名品’企业”等荣誉。

与此同时，仰韶酒业集团还加快了市场开拓步伐，推动河南市场深度化，以郑州为中心，

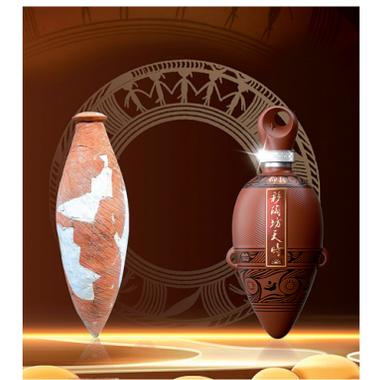
倾力打造10亿级以上省会市场、5亿级二级市场、10余个亿元级县级市场。除了深耕省内市场，仰韶酒业集团还积极探索全国化和国际化进程——

全国化市场，仰韶酒业构建了“同心河南，一线两角”战略方针，即以河南为圆心，打造环河南同心城市圈，打造北到北京、南到海南的市场上中轴线，同时在经济发达、消费潜力大的长三角和珠三角地区进行重点布局。2024年6月以来，仰韶酒业先后在湖北武汉、山东济南、陕西西安、广东深圳举办多场品牌推介会，招商效果显著。

在海外业务布局方面，目前仰韶彩陶坊成功出口到了美国、英国、法国、菲律宾、阿联酋、肯尼亚等14个国家，辐射亚、非、欧、美、大洋五大洲。

近年来，仰韶酒业集团在“公益仰韶”的战略指引下，秉持高度的社会责任感，在自身发展壮大的同时，积极投身公益事业，围绕“仁孝基金、抗汛救灾、就业帮扶、乡村振兴、公益助学”等公益项目，为社会创造巨大价值，为促进国家共同富裕贡献源源不断的仰韶力量。

面对未来，相信仰韶酒业一定会把握时代机遇继续向前，以创新为驱动，以品质为基石，为“中国消费名品”这一称号塑造更多发展新优势，在实现自身飞跃的同时，为社会发展续写更为璀璨的篇章。



从史前的经典小口尖底彩陶瓶到如今风靡中原的仰韶彩陶坊酒

国家为何要评选“中国消费名品”

2024年10月，《工业和信息化部办公厅关于分级打造中国消费名品方案的通知》以下简称《通知》正式印发。解读文件精神，可以看出国家评选“中国消费名品”的意义所在。

其一在于“创牌”。分级打造中国消费名品方案，是聚焦消费品产业特色优势，加快培育区域特色优势产业和优质品牌的重要内容。《通知》中明确指出，要构建品质至上、特色鲜明、产文融合的品牌体系，培育文化内涵丰富、全球认可度高的优质品牌，打造一批国际一流消费品企业和特色品牌。

其二在于提振消费扩内需。当前，品牌力成为消费者选择的重要依据，成为“中国消费名品”意味着产品拥有了“官方背书”，进而持续激发消费潜能。同时，在大力提振消费的当下，名单的公布也增加了好产品的“曝光率”，在生产端提振企业信心，鼓励其在品牌塑造与产品创新方面进行更多探索；而在消费端，则为消费者创造更多优质、可信的消费选择。

显然，“中国消费名品”的评选，不仅是对企业品牌的肯定，更是一项推动产业升级、促进消费内循环的系统性工程。正如工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼所言，“做消费名品方案，做数字‘三品’增品种、提品质、创品牌的活动，最主要的就是注重品质和质量，让优质价的好产品卖出好价钱。”

入选“中国消费名品”，仰韶彩陶坊实力彰显

此次中国消费名品的评选条件极为严苛。

在省级层面，只有自主创新、品质高端、信誉良好的消费品牌，才有可能被继续向上推荐。

在国家层面，工业和信息化部组织有关单位继续从产品创新力、市场竞争力、品牌影响力、文化赋能力等方面开展价值评价。根据《通知》，此次评选经企业申报、省级工业和信息化主管部门初审推荐、专家评审，并征求生态环境部、商务部、应急管理部、市场监督管理总局、国家知识产权局、国家药监局、全国工商联、中国消费者协会等单位及有关行业协会意见，组织开展的中国消费名品方案建设工作。

首批入选的中国消费名品，是工信部分级、多层次、全方位展开的一次评估，是对参评品牌的全方位审视，也是国家视角下品牌到底如何才算是“高质量”的一次实地检验，这也使得“中国消费名品”的名号含金量颇高。

仰韶彩陶坊，已然走在了前列

据悉，此次进入中国消费名品方案的品牌及其所在区域，都将获得更高层次的支持。

于企业而言，获得的是进一步提升品牌知名度和拓宽销售渠道的机会。根据《通知》，有关部门将系统策划中国消费名品传播路径，构建消费名品全球传播矩阵，充分利用跨境电商平台、海外合作机构、新媒体集群等，拓宽海外传播途径和销售渠道；

于区域而言，将得到更大力度的政策支持。《通知》提到，要充分发挥各类政府引导基金和国家产融合作平台作用，引导金融资源精准对接名品企业融资需求，对中国消费名品方案承载区域、重点企业提供支持。

入选“中国消费名品”，仰韶彩陶坊诠释高品质价值担当

入选“中国消费名品”，仰韶彩陶坊有着高品质的价值担当。

多年来，仰韶酒业始终秉持“一生只酿一瓶好酒”的初心，以九种优质粮食为原料，采用四陶工艺，创造性将“陶”运用到酿造过程中，在继承传统酿造工艺的基础上，引入现代生物技术，相继成立了制曲研究中心、酿酒研究中心和酒体设计中心，并与江南大学合作，围绕“微生物代谢”“风味物质组成”“食品安全指标控制”等课题，进行了深入的研究，从原粮、工艺、用曲等方面进行创新，最终确定“三曲、五粮、四陶、多香”的陶融型白酒生产工艺，酿造出了中国白酒第十三种香型——陶融型白酒。这种独特的酿造工艺不仅保留了粮食的精华，还酒体香气浓郁而持久，口感醇厚而细腻，回味悠长而甘甜，每一滴酒液都蕴含着匠人的心血与智慧。

伴随新一代信息技术与先进制造技术的