

十四届全国人大三次会议在京开幕

(上接第一版)代表法修正案草案共34条,主要修改内容包括:充实总则部分规定,拓展和深化“两个联系”制度机制,完善人大代表工作能力建设有关规定,完善代表在本级人民代表大会会议期间的工作有关规定,完善代表在本级人民代表大会闭会期间的活动有关规定,完善代表执行职务的保障有关规定,完善代表议案和建议办理机制,完善代表履职监督管理有关规定,适应监察体制改革需要补充相关内容。

在主席台就座的还有:马兴瑞、王毅、尹力、石泰峰、刘国中、李干杰、李书磊、何卫东、何立峰、张又侠、张国清、陈文清、陈吉宁、陈敏尔、袁家军、黄坤明、刘金国、王小洪、吴政隆、谌贻

李强在政府工作报告中提出 大力提振消费 提高投资效益 全方位扩大国内需求

据新华社北京3月5日电 国务院总理李强5日在政府工作报告中介绍今年政府工作任务时提出,大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求。

实施提振消费专项行动。制定提升消费能力、增加优质供给、改善消费环境专项措施,释放多样化、差异化消费潜力,推动消费提质升级。多渠道促进居民增收,推动中低收入群体增收减负,完善劳动者工资正常增长机制。安排超长期特别国债3000亿元支持消费品以旧换新。从放宽准入、减少限制、优化监管等方面入手,扩大健康、养老、托幼、家政等多元化服务供给。创新和丰富消费场景,加快数字、绿色、智能等新型消费发展。落实和优化休假制度,释放文化、旅游、体育等消费潜力。完善免税店政策,推动扩大入境消费。深化国际消费中心城市建设,健全县域商业体系。完善全口径消费统计制度。强化消费者权益

国务院办公厅

印发《关于做好金融“五篇大文章”的指导意见》

新华社北京3月5日电 为贯彻落实党中央、国务院决策部署,推动做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”,加快建设金融强国,日前,国务院办公厅印发《关于做好金融“五篇大文章”的指导意见》(以下简称《指导意见》),提出相关意见。

《指导意见》以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,坚持和加强党对金融工作的全面领导,坚持金融服务实体经济根本宗旨,顺应经济社会高质量发展的战略需要、阶段特征和结

今年的政府工作报告直面民意关切,回应民生诉求。

人民幸福安康是推动高质量发展的最终目的。梳理报告中有新意、有温度的惠民政策,一份“民生清单”跃然眼前,勾勒出一幅幅与你我密切相关的民生图景。

就业图景:更多心仪工作、更好权益保障

【民意关切】2025年,高校毕业生数量预计首次超1200万人,在茫茫职场中觅得心仪的offer,是不少人的心愿;而对外卖小哥等新就业群体而言,如何更好保障权益也是现实问题。

【报告回应】统筹好新技术应用和岗位转换,创造新的就业机会;拓宽高校毕业生等青年就业创业渠道;加强灵活就业和新就业形态劳动者权益保障,推进扩大职业伤害保障试点;让劳动者多得、技高者多得、创新者多得。

【两会声音】全国政协委员、中国劳动和社会保障科学研究院院长莫荣认为,报告中加力稳就业的一系列举措,是顺应当前就业形势和就业领域主要矛盾变化作出的新部署。经济转型升级下的企业用人需求变化,加快了用工结构调整。拓宽青年就业创业渠道等举措,旨在破解“有活没人干”“有人没活干”并存的结构性就业矛盾。

消费图景:减少后顾之忧、增加消费底气

【民意关切】“提振消费”无疑是2025年的热词。人们期待政策工具箱不断丰富,更期待在提高收入的同时,民生福祉有更多保障,多一些“能消费”的底气,少一些“后顾之忧”。

【报告回应】推动中低收入群体增

收减负,完善劳动者工资正常增长机制;安排超长期特别国债3000亿元支持消费品以旧换新;扩大健康、养老、托幼、家政等多元化服务供给;落实和优化休假制度。

【两会声音】在全国政协委员、广西河池市商务局局长欧彦伶看来,全方位扩大国内需求是系统性工程。从真金白银的财政支持到扩大多元服务供给,从推动增收减负到优化休假制度,系列举措更加强调将促消费和惠民生紧密联系起来,旨在增强消费的能力和底气,将消费结构升级转化为可感可知的生活改善。

教育图景:普惠公平、幼有善育

【民意关切】从学前教育普惠保障,到扩大高中学位供给;从青少年身心健康,到高校人才培养……这些事关教育公平与高质量发展的话题,持续引发讨论。

【报告回应】推动义务教育优质均衡发展,扩大高中阶段教育学位供给,逐步推行免费学前教育;扎实推进优质本科扩容;普及心理健康教育。

【两会声音】全国政协委员、北京师范大学国家高端智库教育国情调查中心主任张志刚认为,扩大高中学位供给可促进普通高中多样发展,提升县中水平、缓解职普分流焦虑。逐步推行免费学前教育也有利于促进教育公平,降低教育成本。未来需进一步完善投入、师资等保障机制,提升学前教育普及普惠水平。

养老图景:“家”“社”融合、老有颐养

【民意关切】2024年,我国60岁及以上人口首次突破3亿人。让所有老年人

企业、乡村振兴、社会民生等普惠重点领域产品服务供给。养老金融强化银发经济金融支持,服务多层次、多支柱养老保险体系发展。数字金融加快推动金融机构数字化转型,健全数字金融治理体系。

《指导意见》从三方面提出做好金融“五篇大文章”的政策措施。一是提升金融机构服务能力和支持强度。引导各类金融机构和股权投资机构立足职能定位,为国家重大战略和重点领域提供融资支持。健全完善组织管理体系、产品服务体系、数字驱动的金

业务运营体系以及风险管理体系。二是强化金融市场和基础设施服务功能。支持债券、股权、外汇等金融市场丰富产品谱系和风险管理工具,优化基础制度机制。培育金融机构与专业中介服务机构循环互动的金融市场生态,加强相关配套设施建设。三是加强政策引导和配套支撑。发挥货币信贷政策总量和结构双重功能,加强财政、货币、监管政策合力,加强对金融机构的激励引导。建立健全标准体系和配套激励机制,稳妥有序推进相关改革试点。

业加速向价值链高端转型,让战胜疾病的工具箱越来越丰富。

安居图景:建“好房子”、住有优居

【民意关切】“老破小”“城中村”“远大新”,这些社交媒体上的热词,承载着群众对“住好房子”的热切期盼。如何让更多新市民、年轻人、农民工实现安居?如何让老房子、旧房子变成“好房子”?

【报告回应】因城施策调减限制性措施,加力实施城中村和危旧房改造;推动建设安全、舒适、绿色、智慧的“好房子”。

【两会声音】全国政协委员、天津城建大学校长王中良注意到,报告提出的系列安居举措,体现出更有力量保障和改善民生的政策导向。建设更多“好房子”,要进一步提高住宅建设标准,构建支持住房品质提升的制度体系,推进物业服务质量不断提升。

乡村振兴图景:增效益、增活力、增收

【民意关切】2025年是巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接5年过渡期的最后一年。过渡期结束后,促进农民持续增收会有哪些具体举措?

【报告回应】毫不松懈巩固拓展脱贫攻坚成果;发展新型农村集体经济;因地制宜推动兴产业、强县、富民一体发展。

【两会声音】全国人大代表、四川省凉山州布拖县阿洛洛哈村党支部书记吉列子说,近年来,村里通过贯通公路、农旅融合、发展脐橙产业等,不断提高村民收入水平。报告提出的各项举措,有利于进一步完善基础设施建设,鼓励发展有竞争力的乡村特色产业,让农业增效益、农村增活力、农民增收入。

新华社北京3月5日电

仰韶彩陶坊 河南人荣光

——热烈祝贺仰韶彩陶坊入选首批“中国消费名品”



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!

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下发关于分级打造中国消费名品方阵的通知。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阵,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。《关于分级打造中国消费名品方阵的通知》中明确指,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”,进而持续激发有潜能的消费。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:“做消费名品方阵,做数字‘三品’增品种、提品质、创品牌的活动,最要的就是注重品质和质,让优质优品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《工业和信息化部办公厅关于分级打造中国消费名品方阵的通知》(工信厅消费函[2024]369号)文件,此次评选是经企业申报、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阵建设工作。

首批入选的中国消费名品是工信部部分级、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“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阵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,获得的是进一步拓展品牌知名度和销售渠道的机会。根据《工业和信息化部办公厅关于分级打造中国消费名品方阵的通知》,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,拓展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。该《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,对中国消费名品方阵承载区域、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9种优质粮食为原料,采用四陶工艺,创造性地将“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、九粮、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,而且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深度融合,仰韶酒业开始强化数字化在白酒酿造中的应用和实践,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,也为仰韶彩陶坊迎来消费者关注的眼光。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。

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“种生酿藏养”系列活动。品牌故事登上央视4大频道、10档栏目,还连续4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,仰韶酒业还加快了市场开拓步伐,推动河南市场深度化,以郑州

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

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,自始至终把提升中国白酒自信、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“活态文化传承者”身份的仰韶彩陶坊酒,用7000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“种生酿藏养”系列活动。品牌故事登上央视4大频道、10档栏目,还连续4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10亿级以上省城市场、5亿级市域市场、十余个亿元县级市场。除了深耕省内市场,仰韶酒业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”的战略方针,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、韩国、菲律宾、阿联酋、肯尼亚等14个国家,辐射亚、非、欧、美、大洋洲五大洲。

近年来,仰韶酒业在“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、防控疫情、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。

(仰韶文化)



河南仰韶酒业集团大门 本栏图片由仰韶酒业集团公司提供