

华塑股份: 打好“三大战役” 筑牢安全根基

“事故场面惊心动魄，惨痛教训历历在目……”近日，生产管理部主管刘峰在安全办公会上看过事故案例警示片后深有感触。马鞍山金星钛白集团“3·10”有限空间作业事故发生后，淮北矿业集团华塑股份迅速行动，打响思想上的大革命、战场上大排查、管理上大规范“三大战役”，确保安全生产。

思想上大革命。该公司通过各类会议学习贯彻淮北矿业集团党委书记、董事长方良才批示精神，反思事故教训，重敲安全警钟；各单位利用班前会时间播放“安全事故案例”短视频，警示干部牢固树立安全生产理念，增强从根本上消除事故隐患的思想自觉和行动自觉。深刻吸取教训，强化安全意识，以“时时放心不下”的紧迫感、忧患感和责任感，把安全放在心上，扛在肩上，抓在手上，从灵魂深处克服“三乎三惯”现象，坚决防止各类“黑天鹅”“灰犀牛”事件发生。

现场上大排查。按照《华塑股份有限空间管理制度》要求，公司领导“挂帅”对有限空间作业、应急措施落实、应急演练、安全培训等进行全面覆盖安全大排查。检查结束后，对排查出的隐患以“五定”表形式下发属地单位闭环管理；HSE部、生产管理部、设备设施部按专业对安全隐患梳理分析，制定实打实的防范举措，织密织细安全管控网络；把受限空间管理做为常态化重点工作，高标准落实集团公司“两个最严”与“三防三加强两规范”要求，从源头上预防安全事故的发生。

管理上大规范。这个公司认真落实集团公司相关要求，全面开展有限空间风险辨识，刷新管理台账，建立健全风险辨识评估等制度，严格执行有限空间作业审批制度，做好现场危险有害因素和防范措施安全交底；严格执行“先通风、再检测、后作业”的原则，严禁作业人员盲目进入有限空间作业；强化外委承包商管理，严格审查外委承包商资质，落实岗前安全培训制度；强化应急管理，备齐有限空间作业防护器具与施工工具，完善自救互救预案，提升全员应急抢险处置能力。

(陈春秋)

高县茶叶产量产值实现“双增长”

■ 陈小芳 本报记者 何沙洲

5月10日，四川高县可久镇进步村茶农罗明贵正在茶园采茶。“我全家都吃的‘茶泡饭’，今年光春茶我就卖了差不多5万块钱了。”说起种茶的经济效益，罗明贵很开心。

茶产业历来是高县农业特色支柱产业之一。全县现有茶园33万亩，8个万亩亿元茶叶基地，1个省级、1个市级、2个县级茶叶现代农业园区，茶叶经营主体255家，茶农15万余人。在高县，像罗明贵这样吃“茶泡饭”的茶农还有很多。

目前，高县已先后荣获全国商品茶生产基地、中国茶业百强县、中国茶旅融合十强示范县、四川茶业十强县、2022年度茶业最具投资价值县域等荣誉。

近年来，高县坚持把茶产业作为带动群众增收、促进共同富裕的主导产业，将茶叶基地建设与乡村振兴、现代农业园区规划有机结合，大力发展现代茶业，连片建设标准化茶园，不断优化茶园管理，促进基地提质增效；持续加大对全县8个产茶镇的科技支撑力度，做好



● 长江源国际茶贸城

茶叶产前、产中、产后的科技服务，提高茶农种植效益助农增收；在各茶叶基地持续开展病虫害防治，推广生物防控和机械作业，促进茶产业向生态有机、绿色健康方向发展；以引进培育新型农业经营主体为抓手，构建“茶贸城+龙头企业+镇联合公司+茶农”的利益联结机制，加快推进茶产业转型升级，高质量发展。

今年，高县优化出台《支持茶产业高质量发展十五条政策》，重点引导茶农使用机采，提

高茶叶下树率；支持长江源国际茶贸城提质升级，繁荣茶叶交易市场；给予市场主体金融支持，促进茶文旅融合发展添加茶叶发展后劲；加快茶叶标准化厂房建设，推进茶叶深加工扩能增产、提质增效。

“截至3月底，长江源国际茶贸城今年累计商户入驻率达75%，交易量119687斤，交易金额达3231万元。”高县相关负责人表示，将依托长江源国际茶贸城引进一批茶叶精深加工企业，构建“企业+园区+专业合作社（基

地)+农户”的产业发展体系，实现产业提质、茶农增收、茶企增效的多赢格局。

与此同时，建立完整的茶生产技术标准体系和质量控制体系，提升茶叶质量；深挖茶文化底蕴，将茶的健康理念、文化价值等内涵融入区域品牌建设，提升茶产业效益；推进现代营销，进一步开拓、繁荣高县茶叶交易市场。

今年一季度，高县产干茶4820吨，产值13.34亿元，同比分别增长6.54%、6.61%。

华英产品布展上海世博展览馆 为河南品牌增光添彩

2023年“中国品牌日”活动，于5月10日在上海世博展览馆盛大开幕。这是第七个中国品牌日，活动时间从5月10日至5月14日，为期5天。

全国三十多个省市自治区精心布展，异彩纷呈。河南馆以“美豫名品、创新生活”为主题亮相第七届“中国品牌日”博览会，肩负着荣耀与使命，河南华英农业在省博览局组织下代表河南食品企业展览展示。

河南展厅周正四方，展厅后方一个大大的“中”字，显示出河南作为中原腹地、农业大省、食品强省、文旅胜地等各方面都“中”。展厅设立了行、养、食、智、享、游六个片区向全国人民进行集中展示。

华英展位分配在正门入口中央，华英休闲熟食撕烤官、麻油鸭、藤椒啤酒鸭、红焖姜母鸭等预制菜品和鸭血粉丝汤与鸭血系列代表产品亮相此次展会。华英系列展品倍受观



众的瞩目和喜爱，现场观众拍照打卡不断，关注咨询者众多。

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，也是企业“软实力”的重要组成部分。华英农业拥有三十多年的品牌积淀，始终以一流的质量问鼎市场，靠工匠精神不断打造精品，满足国内外不同消费群体的需求，连续多年保持禽肉出口量全国第一的地位，同时尊贵入选北京奥运会、上海世博会、厦门金砖会

议、杭州G20峰会、武汉军运会、北京冬奥会等国家重大赛事活动官方指定唯一鸭肉供应企业。

畅享世界的响亮品牌已成为企业高质量发展的重要支撑，华英将不忘初心使命，希望借助“中国品牌日”活动将公司的品牌叫得更响，使河南品牌向中国品牌转变，不断提升品牌的美誉度和核心竞争力，为河南品牌提质升级增光添彩。

(本报记者 李代广)



河南省老促会调研组
莅临华英公司参观调研

5月9日，河南省老促会副会长赵建才率领省老促会调研组一行深入河南华英公司参观调研，潢川县委副书记、县长余华，华英公司副总经理范俊岭、郭德国等领导陪同调研。

赵建才一行参观了禽类加工六厂，并详细了解华英熟食产品、预制菜和华英羽绒产品生产销售情况，赵建才对华英的现代化产业发展和羽绒优势给予了充分认可和肯定。他指出，华英公司应大力发展预制菜和羽绒产业，深化企业定位，抓住国内预制菜市场快速发展的红利，开拓与战略客户多元化的合作机会，继续发挥农业产业化龙头带动作用，发展全产业链特色农业，助力乡村振兴，带动群众增收致富，推动当地农业经济高质量发展。

(本报记者 李代广)

双汇智趣多携手刘涛 共同护航中国儿童成长

5月11日，双汇智趣多明星代言发布会在北京中国电影导演中心隆重举行，在消费者、销售商、媒体等各界代表的共同见证下，双汇发展总裁马相杰向刘涛颁发代言聘书，聘任刘涛为双汇智趣多鳕鱼肠产品代言人。

近年来，伴随着中国经济的发展，消费升级不断提速，消费结构也实现了从“有没有”向“好不好”的转变。少年儿童承载着家庭的希望与国家的未来，他们的健康成长备受社会各界关注。如何让孩子吃得好，吃得营养，吃得健康，已经成为“健康化养育”的重要组成部分。

作为农业产业化国家重点龙头企业，不断满足消费者日益增长的肉类消费需求，是企业作为行业领军企业的责任与使命。在万隆董事长“继续调整结构，突出六大产业，整合全球资源，创新发展上规模”战略指引下，双汇坚持深耕肉类产品，以专业专注的精神，积极为消费者解答各类美食命题。为满足市场对高端儿童产品的需求，双汇精心研发了含有双重DHA的智趣多鳕鱼肠，致力护航儿童健康成长，助益儿童大脑发育。

双汇智趣多鳕鱼肠在研发过程中注重原料原产，优选深海鳕鱼，富含原生DHA、藻油DHA，通过双重DHA的健康价值点切中



消费者对儿童食品的营养诉求。产品一经推出，就深受广大儿童和家长的青睐，在中国高端儿童肉制品市场脱颖而出。

刘涛是深受观众喜爱的人气演员，颜值与实力兼具，以其独特的个人魅力，形成了庞大的粉丝群体，在时尚宝妈圈层有着强大的号召力。双汇智趣多牵手刘涛，旨在向外界发出“护航儿童成长”的号召，用安全营养、美味健康的产品赋能中国儿童健康成长。

发布会上，马相杰和刘涛分别就智趣多产品及育儿话题发表了各自的观点。为回馈消费者的厚爱与支持，马相杰和刘涛还在现场及直播间与粉丝进行了抽奖互动。

马相杰在致辞中表示，本次发布会不仅是双汇进军高端儿童肉制品市场的重要战略布局，也是双汇作为肉类行业领军品牌呵护中国儿童健康成长的创新实践。相信在广大消费者、销售商及社会各界的大力支持下，双汇智趣多一定能成为中国儿童高端肉制品的一颗璀璨新星，为更多中国儿童的健康成长保驾护航。

未来，双汇将坚持以关爱下一代、呵护儿童健康成长为主旨，继续专注儿童产品研发，以更加安全健康、营养美味的产品回馈广大消费者的厚爱与支持。



● 双汇发展总裁马相杰(左三)、副总裁周霄(右三)等与刘涛(中)合影。

● 双汇发展总裁马相杰

