

蓟州区解锁“两山”转化新路径 实现生态保护与经济发展双赢

9月20日上午,“山水蓟州 生态答卷”新闻发布会在蓟州区中智示范农场举行。相关负责人介绍了蓟州区生态环境保护工作的总体思路和工作成效。

蓟州区作为国家重点生态功能区、“绿水青山就是金山银山”实践创新基地,始终锚定“生态立区”不动摇,坚持生态优先、绿色发展,积极拓宽“两山”转化路径,全力守护好山清水秀的自然生态本底。

在系统施治方面,蓟州区以国土空间规划为总牵引,科学编制区级总体规划,有序推进镇级规划、重点区域规划和村庄规划编制落地,生产、生活、生态“三生空间”布局持续优化。实施山水林田湖草一体化保护治理重大生态工程,扎实推进造林绿化、矿山修复、湿地建设、水土一体保持等重点生态项目,全区森林覆盖率达28%、森林蓄积量207万立方米,两项指标均位居全市首位。持续巩固拓展国家“绿水青山就是金山银山”实践创新基地创建成效,圆满通过生态环境部6年复核评估。于桥水库治理成效被生态环境部作为典型案例推广,州河获评全国最美河湖优秀案例;近9年国家重点生态功能区县域生态质量考核中,8年获得“变好”等次。

在精准治污方面,蓟州区坚持精准治污、科学治污、依法治污,出硬招、用实招,推动环境质量实现

历史性突破。2025年,蓟州区空气质量综合指数、PM_{2.5}浓度均创有监测记录以来最好水平,PM_{2.5}浓度首次“破30”,达到29微克/立方米,优于天津市均值7微克/立方米;空气优良天数比例首次突破八成,达到83.9%,高于天津市均值6.9个百分点。统筹水资源、水环境、水生态“三水共治”,高质量完成11个人河排污口整治,建立总氮管控“一图两清单”,地表水考核断面优良水体比例、地级及以上集中式饮用水水源地水质达标率持续保持100%。严格建设用地准入管理,做实土壤污染状况调查评审,蓟州区重点建设用地安全利用率稳定保持100%。

在源头管控方面,蓟州区出台生态保护红线监督管理工作指南,健全常态化管护机制,严守生态保护红线,做到面积不减少、功能不降低。持续深化“三线一单”管控,编制生态环境分区管控准入清单,实行单元化管理、差异化准入,从源头严控新增污染。坚持产业绿色化、绿色产业化双向发力,不断做强绿色制造体系,经济开发区成功创建市级绿色园区,新创建市级绿色工厂4家。在完成21.1万户居民清洁取暖改造、2座光伏和1座风电项目并网基础上,接续开展南部平原地区居民清洁取暖改造,竣工后可减少燃煤使用1.5万吨,削减排放二氧化硫111吨、氮氧化物24吨、颗粒物

38吨,走出一条能耗更低、效益更优的高质量发展路径。

在联防共治方面,蓟州区联合北京平谷、河北兴隆,协同创建“平蓟兴”美丽中国绿色低碳一体化发展区,谋划布局生态修复、低碳创新、环境提质等重点项目,积极探索生态保护补偿、生态损害赔偿、生态产品价值实现机制,打造跨省市“两山”转化示范样板。强化与唐山、承德、三河等毗邻地区沟通联动,签订联防联控协议,健全会商研判、信息共享、联合执法工作机制,合力处置重污染天气应急响应、跨界河流水质风险隐患排查、交界区域环境信访等突出问题,实现问题共查、风险共防、成果共享。

在价值转化方面,蓟州区持续擦亮京津休闲度假目的地品牌,深挖盘山、八仙山、九龙山等生态资源,大力培育山地露营、康养休闲、乡村度假等文旅新业态,带动民宿、农家院提档升级,全国等级旅游民宿达到21户,入选全国文旅赋能乡村振兴十佳案例、全国气候康养旅游十强城市,津围北二线获评全国最美自驾精品路线。依托优良生态本底,做强“蓟州农产品”特色品牌,培育绿色、有机农产品39个,2024年以来“蓟州农产品”进京销售额突破34亿元,成功入选农业强国建设典型案例、中国区域农业品牌形象影响力榜单。

记者 李梅旭

今晚谈

豆浆广告展示女模洗澡? 擦边营销翻车实为自找

评论员 张雪飞

近日,有网友反映,账号“永和豆浆冲饮旗舰店”发布多条与豆浆产品无关的视频,内容涉及丝袜、洗澡、清凉穿搭等擦边画面,仅在片尾植入产品促销信息。9月16日相关话题引发关注后,涉事视频已全部下架。9月18日,该店销客服向记者表示,已启动内部排查,同时强化所有授权账号内容监管,杜绝争议内容上架,并对给消费者带来的不好观感表示歉意。

“擦边”营销翻车并非个例,此前老牌国货蜂花短视频账号使用暧昧玩梗文案博取热度,引发舆论争议;OPPO母亲节策划直言“我妈有两个老公”,被指玩梗无下限;苏泊尔旗下电商账号投放多条AI生成短视频广告,内容为“女生洗澡期间大叔帮搓背”等猎奇剧情,招致公众批评……这些案例背后都有着相似的逻辑:品牌把账号授权、内容制作交给外部团队,考核只盯着播放量、转化数据,却放松内容审核,翻车后自身品牌口碑遭到反噬也就不足为奇了。

在短视频流量红利时代,直白的产品科普、品质宣传,比不上猎奇、暧昧、低俗内容更吸引眼球,后者也极易凭借算法推荐快速收割曝光度。永和豆浆主打国民早餐、健康饮食的亲民品牌形象,本应依靠食材品质、匠心工艺打动消费者,却本末倒置,用与商品属性毫无关联的擦边内容引流,这种营销逻辑,看似赚足了短期热度,实则严重割裂品牌调性。当永和豆浆将这些目标客户都拒之门外,它靠什么来稳定客源?靠黑丝大腿、女模洗澡吗?

长期以来,擦边营销都处于监管灰色地带,界定标准模糊、违规成本极低,多数品牌违规后,只需下架内容再公开致歉即可,几乎无需承担实质性处罚,这种“低成本试错”的宽松环境,让越来越多商家心存侥幸,争相效仿低俗引流模式。但流量一时喧嚣,口碑方得长远,企业需完善授权运营管理制度,收紧多级授权权限,将内容合规性、用户好感度纳入核心考核,弱化播放量、转化率等单一短期指标,让营销回归品质与服务本身。

一杯豆浆的营销,不该被十几秒的擦边剧情轻易兑换成点击率。授权可以外包,内容创作可以外包,唯独品牌信誉和消费者信任不能外包。

12年深耕育良种 天津首个国审肉羊新品种——

津新肉羊长得快出肉多 老饕有口福了



日前,农业农村部发布第1058号公告,由天津奥群牧业有限公司牵头,联合新疆畜牧科学院、兰州大学等多家科研院校和育种企业,历经12年持续选育的肉羊新品种——津新肉羊,正式通过国家畜禽遗传资源委员会审定。这是天津市首个通过国审的肉羊新品种。

12年育出的肉羊新品种,究竟有什么不同呢?科研人员表示,津新肉羊的优势,不在于单项指标的“碾压”,而在于繁殖性能、生长速度和饲料转化效率的组合表现更均衡。与肉羊种业大省的部分品种相比,津新肉羊在多个性能指标上表现突出。在饲料转化效率上,津新肉羊料重比5.5:1,比亲本降低12%以上。这个指标是农区规模化舍饲最看重的,省下来的饲料钱,就是养殖户多赚的钱;在屠宰性能上,津新肉羊12月龄屠宰率55.84%,在更大月龄下仍能保持较高屠宰率,产肉性能表现优异。

8万多个基因位点中筛选

育种界几年繁育出一个新品种并不罕见,但肉羊育种周期更长,12年意味着该新品种完成4代

选育,科研人员需要在8万多个基因位点精准筛选。如此繁重复杂的过程,如果没有现代化测定平台,很难实现这样的育种效率。

和田地区推广总量超23万只

新品种培育出来,养殖户认不认可十分关键。科研人员对比发现,从羊肉品质来看,津新肉羊肉质优良,耐粗饲、抗病力强,既能规模化舍饲,也适配农户庭院养殖。在新疆和田,津垦牧业采用“企业+基地+合作社+农户”模式推广,目前津新肉羊在和田地区推广总量超23万只,带动当地肉羊存栏突破30万只。在甘肃庆城,同样的推广模式正在落地。

养殖津新肉羊,养殖户心里都有一笔账,这笔账直接体现了这个新品种的价值。同样饲养一

只母羊,津新肉羊与父本澳洲白羊相比,统计数据显示平均一胎多产0.5—1只羔羊,可达两年三产,多繁育的羔羊就是新增收入。同样长一斤肉,饲料消耗比湖羊少一成多,省下的全部是利润;肉羊长得快、出栏早,资金周转效率更高。

甘肃酒泉的推广数据显示,津新肉羊在肃州区、敦煌市、金塔县等地推广规模已达2万只以上,对当地气候条件和常见疾病耐受性较强,存活率和生产稳定性表现良好。和田的推广成效更为直观:当地养殖户年均增收1.2万元以上,育种基地提供400余个稳定就业岗位,务工人员年均收入超3.6万元。

记者 徐燕

图片由市农业农村委提供

中国福利彩票		双色球
第2026109期双色球开奖公告		UNION LOTTO
30	33 09 12 15 26	+ 06
下期一等奖奖池累计金额:936353465元		
奖级	全国中奖注数	每注奖金
一等奖	5 注	8207986 元
二等奖	114 注	175876 元
三等奖	1604 注	3000 元
四等奖	73746 注	200 元
五等奖	1351742 注	10 元
六等奖	12527200 注	5 元
全国投注总额:359008756元		

中国福利彩票		扶老·助残·救孤·济困
第2026253期3D开奖公告		
0	3	4
天津投注总额:841328元		
奖等	天津中奖注数	每注奖金
单选	188 注	1040 元
组选六	497 注	173 元
福利彩票兑奖期限 60 个自然日		