

引领更多人去发绿色财

■王国荣

相比久负盛名的冬虫夏草，北虫草似乎鲜为人知。想不到这棵主要生长在我国北方地区的“草”，竟然在浙南的一个山沟沟里试种得这么勃勃生机，一天能卖3万元（详见本报29日9版报道）。秦玉辉发的这笔“绿色财”，不叫人羡慕都难。

小“草”带来大收益——经过50来天的培育，新一批北虫草到了采摘的时候，眼下每天能销售200至300盆新鲜北虫草和50公斤干货，一盆新鲜的出厂价是25元，每公斤包装的干货出厂价约520元，市场反响很好……听着秦老板喜滋滋的介绍，是不是很多人都手痒痒想去种植虫草？可是资金、技术在哪里？秦老板说了，“不是简单就能引进的，我们现已投入300多万元”。

不过，300万元的投资说大也不大。从秦玉辉几次尝试，取得人工培育北虫草顺利成活的经验，并从1万盆发展到5万盆种植规模的实践看，种植技术应该说已不成问题，关键还是前期投入与培育。那么，秦老板以及有关单位和企业能不能也“结对帮扶”一下，或者搞合作经营、规模经营，让更多人也发发绿色财？

我看答案应该是肯定的，因为瑞安人有着老乡帮老乡的传统。更何况，北虫草的食用营养价值，几可取代每公斤数十万元的冬虫夏草，在保健、餐饮等市场的前景十分看好，而且瑞安山沟沟的自然资源得天独厚，正符合生态产业的培育与发展。这事，与本报同日头版头条的报道非常“默契”：市委书记陈建明在湖岭镇结对帮扶恳谈会上指出，举生态旗、打资源牌、唱旅游游戏、发绿色财，加快推进山区后发崛起，跨越发展，让更多的山区群众脱贫致富，共享发展成果。

发挥生态优势，发掘绿色之财，无疑是山区后发崛起、群众脱贫致富的一条创新之

路。北虫草的培育种植成功，又一次让人看到发展生态产业的光明前景。能不能让这棵目前还是“墙内开花墙外香”的“发财草”，先在瑞安的“墙内”香起来呢？可以乐观预料，这棵北虫草，不论是市场需求，还是发展空间，实在是太大了。相比投资百多万元重开火炉制红糖的陶山镇创下红糖厂，制糖3.5万公斤，为剩下的2万公斤销路发愁（详见本报29日4版），投资种植虫草的性价比高多了，甚至比种植铁皮石斛的性价比和市场前景都好。

发展是第一要务，科技是第一生产力，而生态产业必将是我国可持续发展的阳光产业。像上个月本报报道过的鑫农合作社，引进一项技术后就把日产30吨的猪粪化成电能、燃料、肥料等资源，形成全新生态循环经济模式，被誉为瑞城生态文明建设的一盏明灯。由此可见，走生态产业发展之路，在山区就是因地制宜发绿色财，比如开辟旅游新景，种植高性价比高附加值作物等。

1月30日，瑞安市第七届农产品展销会成为秦玉辉的北虫草在本土市场的“首秀”。秦老板很有信心：“等北虫草逐渐被市民认识并喜爱后，我们要做品牌，注册商标，申请有机证书，争取早日端上平民百姓的餐桌。”秦老板的成功经验可以复制，不但可以把种植场搞得更大，把市场拓得更宽，而且可以通过合股、联姻、帮扶等途径，引领更多人走进山沟沟去发绿色财。

温州澳伟贸易

本公司专营澳洲纯牛奶、西班牙特级橄榄油等进口食品，欢迎各单位和个人前来团购。

电话 18906871318



春运来临，记者暗访发现，部分动车春运期间仅提供高价盒饭，要买便宜的食物，一律被告知“卖完了”。（陶小莫画）

寒假作业答案热卖的冷思考

■项建达

“寒假园地答案到了”、“中小学寒假园地答案终于有货了”。近日,据《青岛新闻网》报道,学期刚刚结束,学生们才刚拿到《寒假园地》,参考答案却早已新鲜‘出炉’。不少书店或文具店都张贴着醒目的广告,明码标价两元钱一本,公然销售参考答案,有些年级的参考答案甚至已经卖断货了。针对此现象,许多家长既气愤又无奈。

寒假作业,本来是对孩子一学期来学习情况的一次总结和检查。为了使孩子在轻松的寒假里不忘记学习,学校布置一定数量的寒假作业本无可厚非。然而,让人始料未及的是,一些见钱眼开的商家居然打着帮孩子解决学习困难的幌子,把寒假作业作为谋取商业利益的工具,这种行径,着实令人愤慨不已。

唯利是图的不法商家应该被极力谴责,而寒假作业答案热卖现象所折射出的教育问题则更需要人们思考和反省。

在‘一考定终身’的教育现状下,整日泡在‘题海战术’里的孩子,早已厌倦了学习,厌倦了做作业。原本以为放寒假可以好好地玩

耍了,却不料又给戴上寒假作业这道沉重的“紧箍”。一本厚厚的100来页的寒假作业,平均每天至少要做3页才能按时完成,这又得占去他们多少时间呀?现在有了现成的答案,把它买来抄一下,既便捷又可以应付老师和家长,何乐而不为呢?或许,这正是绝大多数买答案孩子的真实想法。

笔者认为,寒假理应多让孩子休息,我们不必也不能对它存有过多的学业诉求。所以,与其让孩子到时抄参考答案敷衍了事,倒不如充分尊重孩子的实际需求,科学合理地布置寒假作业。同时,适当增加孩子感兴趣的有益于素质全面发展的特别寒假作业,比如帮父母做家务、到社区做志愿者等体验式作业。比如像厦门某小学的学跳绳、摇呼啦圈、爬楼梯等体育作业,再比如像上海市教委规定的要求家长和孩子一起做家庭逃生图的作业等。此外,还可以指导孩子制定科学的寒假作息计划表,让孩子们在张弛有度、劳逸结合的寒假生活中拓宽视野,增长才干。

就让孩子们过一个充实、快乐且有意义的寒假吧。

“家电下乡”政策今日结束 ‘节能牌’接力农村市场

■记者 黄丽云 实习生 武一行

至1月31日,持续4年的“家电下乡”政策就要结束。据市商务局数据显示,我市“家电下乡”产品共销售183166台,农民享受的补贴金额达到5500多万元。

“家电下乡”对农村市场带来怎样的影响,政策结束后商家将作何打算?记者展开调查。

商家提前结束活动

昨日,记者相继来到市区的温州鹏润国美电器瑞安店分公司、苏宁电器瑞安店、湖岭镇和陶山镇的“家电下乡”产品销售网点,都不见“家电下乡”产品,更没有出现抢搭“末班车”的热潮。“政策马上就结束,几乎没有人再找家电下乡产品了。”几家电器商场的相关部门负责人纷纷表示,目前商场“家电下乡”产品的库存已基本销售完了。

湖岭镇金易来日用家电经营部的负责人表示,本月初店里就已经停止“家电下乡”活动了;“家电下乡”补贴政策实施已久,想要享受家电下乡补贴的人基本上已经享受到了,很少人会赶“末班车”。而优惠补贴办理需要一定时间,所以我们就提前结束活动了。”

鹏润国美电器瑞安店分公司电视区的工作人员表示,“家电下乡”的电视机销售较好,在旺季可日均销售3台左右,但是最近一两个月来,已少人问津。

“节能牌”接力农村市场

“家电下乡产品普遍推广以后,农村消费人

群对其认可度非常高。”湖岭镇金易来日用家电经营部负责人表示,“家电下乡”产品“买得起”的价格,让农村消费者尝到了实惠,空调、液晶电视等相对高端的家电产品也走入更多农家,一定程度上培育了农村家电市场的形成。

“家电下乡结束了,但是还有节能补贴。”苏宁电器瑞安店市场部负责人包剑影说,去年6月,节能补贴的实施,“接力效果”不错,许多消费者购买的重心已经转移。厂家在生产环节,也注重生产节能型电器,“家电下乡”的机型已较少生产。在销售上,商家也早就改打“节能牌”了。

4年的“家电下乡”政策的实施,让许多企业更加重视开发农村市场。包剑影表示,农村消费市场依然十分有潜力,企业也很重视农村市场的开发,这从苏宁电器的门店开设上就可见端倪。近年来,苏宁电器在二三线城市开设的门店逐渐增多。“目前农村市场主要追求的是物美价廉,也有部分消费群体开始购买较高端的产品,企业正致力于生产多种机型,满足农村市场不同的需求。”



市商务局组织外贸企业争取上级专项资金

本报讯(记者 朱程芬)1月份以来,市商务局外贸科积极组织外贸出口企业申报省级开拓国际市场资金、中小企业开拓国际市场资金和外贸公共服务平台建设专项资金。

经过大力宣传,我市100多家企业提交了申请资料,涉及项目150多个,共计申报金额1000多万元。经过市商务局和财政局初步审核,有60多家企业、90多个项目符合有关文件要求,这些项目近期内将予以上报。预计今年6月份左右650多万元资金将陆续拨付到企业。

商行天下

月刊(第22期)

市商务局 联办

温馨提醒： 尽量在农历年底前完成补贴手续

据悉,根据浙江省发布的《关于家电下乡政策到期后停止执行等有关问题的通知》,3月10日零时起,我市所有“家电下乡”备案销售网点在信息系统中的功能权限将全部停止。相关部门提醒,近期购买“家电下乡”产品的消费者尽量在农历年底处理好补贴事宜。

同时,《通知》要求,1月31日政策到期后,我市“家电下乡”备案销售网点应立即撤下“家电下乡指定店”标识,撤掉店内所有“家电下乡”有关宣传材料,取消“家电下乡”专区(专柜),不得利用“家电下乡”名义进行任何形式宣传。