

弘扬抗战精神 建设美丽焦作

我市将举行中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年系列纪念活动

本报讯（记者董柏生 见习记者贾定兴）今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年，我市将举行系列纪念活动，着力宣传以爱国主义为核心的伟大民族精神，宣传主持正义的各国人民特别是怀川儿女为中国人民抗日战争胜利作出的贡献，弘扬伟大的抗战精神，以进一步激发全市人民的爱国热情，凝聚起建设经济转型示范市和美丽焦作的强大正能量。

我市将组织发表纪念抗日战争胜利70周年的重点理论文章，在《焦

作日报》和焦作网、焦作广播电视台等市属新闻媒体上刊发。

自7月中旬起，市属新闻媒体将组织宣传抗日根据地50名共产党人先进事迹，同时开设专栏，及时、充分、准确报道中央及地方举行的特色活动；选取焦作大地上发生的抗日故事，以不同形式还原历史；选取焦作大地上出现的抗日英雄典型，推出人物典型报道；征集一批纪念抗战胜利的回忆文章择优发表；刊发一批纪念抗战暨世界反法西斯战争胜利70周

年公益广告。

我市将组织开展《中国抗日战争简明读本》的发放、使用工作。实施抗战文物抢救保护工程。

我市将组织文化部门精选一批反映抗战题材的优秀文艺节目，由市豫剧院、市歌舞剧院等承办纪念抗战暨世界反法西斯战争胜利70周年专场演出。举办纪念抗战暨世界反法西斯战争胜利70周年合唱活动、美术创作活动、抗战主题系列陈列展览和全民阅读活动。（下转二版①）

孙立坤：遇事不过夜

——河南电视台《拼在一线》栏目记者在焦采访实录



河南卫视《河南新闻联播》截图

【导语】从上半年全省经济运行情况看，全省经济缓中趋稳、稳中向好。要完成全年经济目标，还需要全省上下拿出一股拼劲儿，下大力气做好当前的各项工作。《拼在一线》（河南电视台栏目）的记者在焦作采访时，恰逢焦作市的项目对接周。这一周，焦作市四大班子领导都要分包企业，过问项目。在项目对接周的第一

天，市委书记孙立坤就接到了几家企业的投诉电话，他立即赶到这几家企业现场办公。

【现场同期声】河南佰利联化学股份有限公司董事长许刚：报告也打了，人也找了，领导们也说了，协调会也开了，就是解决不了。

【旁白】焦作佰利联公司准备上年产40万吨钛白粉生产线，但由于规划范围内的公安干校搬迁

的事协调不了，项目一直无法进展。

【现场同期声】许刚：我希望你能给我解决两个问题：第一，到底我能掏多少钱一亩买这个地；第二，什么时候能让我用。

【旁白】孙立坤当即责成国土资源、公安部门和企业马上对接，本着既要支持企业发展又要保证国有资产保值的原则，尽快协商。

【现场同期声】孙立坤：我感到很惭愧，过去把这个事拖到现在没抓好，市委、市政府有责任，主要是我的责任，来这里少，这个事情处理晚了。

【旁白】随后，孙立坤又来到给他打投诉电话的河南奋安铝业有限公司。

【现场同期声】孙立坤：昨天是不是你打的电话？

河南奋安铝业有限公司副总经理林通：是的，我们企业有难处了……就是（城市建设）配套费，帮我们解决一下。

中站区委书记王付举：规划部门说让财政部门管，财政部门说让规划部门管，现在就卡到那儿了。

孙立坤：你们11点到你们机关里边（说），你把所有材料给我找齐。

【旁白】到中午12点，奋安铝业的城市建设配套费问题得到解决。在下午的调研中，孙立坤又连续走访了几家企业，存在的问题涉及土地征迁难、融资难、政策落实难等。

【现场同期声】孙立坤：企业的小事就是政府的大事，一个小部门，说不定一个小科长，就能把事情卡到那儿，他一推一年又一年，就是解决不了。

【旁白】孙立坤给我们（河南电视台记者）介绍说，焦作今年1~5月份的固定资产投资和规模以上工业增加值的总量都排在全省第四位，而这两项指标的增速却排在全省的第十位左右。

【现场同期声】孙立坤：大家看到了这个问题的严重性，不讲客观，就我们主观上存在哪些问题，我们领导的重视程度上，重点工作突出不突出，再一个我们的方法对头不对头，有哪些更有效的措施还没有被挖掘出来、没有用上，去考虑，查问题，找对策。

【旁白】针对以上情况，孙立坤决定晚上召开一个临时会议。

【现场同期声】打电话。

孙立坤：通知晚上开个为企业服务相关部门的会议，好吧……

孙立坤：我遇事不过夜，我是当时事当日毕，我办不完晚上休息不好。

【旁白】晚上7点半，会议准时开始。

【现场同期声】孙立坤：特别是我们今天在座的同志，县里你就是（县委）书记、县长，你这个部门你就是主管的部门，你解决企业的问题不快，推推拖拖，不为成功想办法，只为办不成找理由，说实在的我今天为啥让大家加个班，现在几点？快12点了，弄到这个时候呢，我就看到企业存在这个问题太严重了，在省委（九届十次）全会上，一个最热的一个词就是拼，你怎么拼？拼要有拼的精神，要有拼的措施，要有拼的干劲，你只有这样才能保增长。①2

（本报记者张冬根据7月17日河南卫视《河南新闻联播》节目整理）

深圳市河南焦作商会昨日成立

市领导出席第一次会员大会

本报深圳7月19日讯（特派记者董柏生、丰舒淮）深圳市河南焦作商会19日在深圳威尼斯酒店举行成立大会。市人大常委会主任王明德，市委常委、统战部长杨娅辉，市委常委、常务副市长姜继鼎出席深圳市河南焦作商会第一次会员大会。

会议宣读了深圳市关于筹备河南焦作商会的批复，表决通过了《深圳市河南焦作商会章程》和深圳市河南焦作商会选举办法，选举了深圳市河南焦作商会第一届理事会，孙会喜当选为深圳市河南焦作商会会长。

王明德为深圳市河南焦作商会授牌，并为商会会长孙会喜颁发了证书。

杨娅辉代表中共焦作市委、市人大常委会、市政府、市政协对深圳市河南焦作商会的成立表示祝贺。她向在深圳发展的焦作籍老乡介绍了我市大力推进经济转型示范市和美丽焦作建设的情况，期盼深圳市河南焦作商会成为怀商在深圳的温馨港湾、开拓视野的可靠平台，成为在深圳发展的焦作老乡真正的家，成为焦作对外沟通联系的重要渠道、交流合作的重要纽带，成为焦作对外开放的重要窗口、促进发展的重要桥梁。她希望焦作在深圳的企业家们用自己的声望、实力和魅力，宣传焦作、推介焦作、引荐焦作，让更多的朋友走进焦作、感知焦作、结缘焦作、兴业焦作。①2

延伸阅读

深圳怀商上千家

据不完全统计，截至目前，焦作籍人士在深圳成立的企业有上千家，从业人数5万余人，从事行业涉及房地产、保健产品、金融、文化、医药及医疗器械、餐饮、商贸等。由于没有统一组织，身在异乡的怀商彼此之间信息交流不畅、凝聚力不强，群体优势没有得到发挥，在一定程度上制约了企业的发展。深圳市河南焦作商会的成立，有利于加强深圳市焦作籍企业家之间的联系，整合资源，抱团发展；有利于促进焦深两地经济交流与合作，进一步提升在深怀商的整体形象，助力怀商企业发展。

本报记者 董柏生



市政府促进房地产发展“十二条”看亮点⑩ 充分发挥住房公积金支持作用

一是提高贷款额度；二是降低首付款比例，放宽贷款条件；三是开展异地贷款业务；四是开展组合贷款业务；五是开展家庭成员贷款；六是开展装修贷款；七是推行多种月冲还贷办法；八是住房公积金管理机构与房屋产权登记部门在2015年9月1日前实现联网，方便查询申请人的房产情况，提高服务效率；九是加大住房公积金缴存监督检查力度。



互联网大咖论道云台山

本报记者 王言 宁江东

“互联网+”时代，千年古县修武如何抢抓机遇，加快景城融合？如何建设“无线修武”，迎来无限发展？处于转型关键期的云台山如何插上互联网翅膀，打造“智慧旅游”？产业如何搭上“电车”，加快转型升级？……中流击水舟行疾，求贤若渴嘉宾至。7月18日，应修武县委、县政府邀请，近20名中原互联网大咖齐聚宁邑，论道“互联网+”时代修武发展。

国务院国资委新闻中心特聘新媒体研究员、北京大学电子商务总课题组顾问、北京跨城科技CEO、河南口口企业管理咨询有限公司董事长……有着一长串头衔的网络大咖杜红超，开场白可谓别开生面。

“请拿出手机，面对面建个群。”杜红超边说边示范，会场内大家会心一笑。

杜红超说，这是手机优先的时代，从“群众运动”到“群中运动”，这就是突破传统的交流动员、共享融合的互联网时代的特征。对于云台山而言，对于修武经济社会发展而言，融入“互联网+”的过程，其实就是转型的过程。

如何融入？杜红超说，云台山发展经历了靠山不吃山、靠山吃山阶段，靠山吃山的红利期已经过去，而要做到不靠山不吃山，就必须与其他产业相加推动转型，借助“互联网+”，实现大文化、大旅游、大健康腾飞模式。“互联网+”，就是要打造一个“无线修武”，实现无限融合。他建议，修武的当务之急是WIFI的全覆盖，这背后是大数据的支撑，要做自己的APP，以云台山的品牌文化为背景，凝聚山内外的力量，把700万名游客转化为云台山的招商大使、云台山的品牌传

播者和合作伙伴，这就是“互联网+”能做的事儿。

“互联网之于这个时代，就像水和空气一样，须臾不能离开。”河南日报报业集团网络中心主任田建光开门见山，条分缕析，“‘互联网+’时代，政府应该怎么做和做什么，如何建立自己的大数据系统收集和沉淀游客资料，如何把创业中心和修武的优势产业对接融合等。”

嘉宾言之切切，听者举手踊跃。主持“中原互联网+”沙龙之修武云台山论坛的河南火苗文化发展有限公司董事长、修武县政府招商顾问何永亮“挑”起互动，气氛热烈。

“在‘互联网+’时代，我们如何利用互联网思维和电商平台进一步做好旅游品牌的推广？”

“在转型期间，政府应该做哪些工作，促进企业通过电子商务加快转型升级？”

“修武已经进入高铁时代，产业集聚区如何通过互联网打造自己的产业集群？”（下转二版②）



青天河景区捆绑营销“惹火”亲子游市场

本报讯（记者高新忠）“早就听说青天河水多、凉快，最近连《爸爸去哪儿3》这么大牌的节目也推荐青天河为最佳旅游目的地，我就趁暑期带孩子来这里玩，果然是水好、景好，名不虚传。”7月18日，来自北京的游客王先生在青天河景区高兴地说。

当日10时许，青天河景区接待游客已经突破1万人次，而随着景区入口处的人流、车流不断汇集，更多的游客陆续抵达，人气爆棚。

据了解，《爸爸去哪儿3》作为全国知名的亲子户外真人秀节目，受到不少观众的喜爱。自7月17日晚《爸爸去哪儿3》第三季第二期正式播出后，一夜之

间，上亿人次的观看量、上千万人次的点击量使其迅速成为暑期真人秀节目中的领跑者。青天河景区借此良机，凭借丰沛的水资源发挥其在暑期旅游市场上的优势，加上该景区最近由《爸爸去哪儿3》节目推荐为最佳旅游目的地，景区人气指数迅速攀升，成为不少游客“亲子游”“亲水游”的首选目的地。

同时，该景区专门开展了啤酒狂欢夜、消暑篝火晚会、比基尼泼水节等丰富多彩的线下活动，配合多渠道的线上宣传，并从趣味性、安全性、独特性方面着手，相继推出了“享自然”“乐避暑”“趣游学”等暑期专题活动，满足亲子游群体的需求。①2

