把一头猪养成民生的“压舱石”

——访全国人大代表、牧原食品股份有限公司董事长秦英林

全国两会的会场很大，话题也很大：高质量发展、乡村振兴、绿色转型、科技创新……但对很多普通人来说，这些词最终要落回一顿饭、一口肉、一张账单的踏实感。秦英林把这种“落地”写得很具体——他把目光长期放在一头猪身上：它关乎供给、关乎价格、关乎安全，也关乎一片土地能不能更肥沃、一个乡村能不能留得住人。宏大叙事若要有温度，往往就靠这种不回避细节的执拗支撑。

从起步到定力：把“慢事”做成一辈子

他起步的故事听上去并不传奇，甚至有点“笨”：1992年，回到河南南阳内乡，从22头仔猪开始，踏进最苦、最慢、也最容易被误解的农业。许多人喜欢用“风口”解释命运，他更像把自己交给“硬仗”——不是一阵风吹起来的那种快，而是一步一步，把深坑填平、把难题磨碎。

养猪这行，外行看是体力活，行内人知道是工程学、微生物学和管理学叠在一起的系统：病从哪里来、成本怎么降、臭气如何治、粪污怎么用、行情怎样稳——每一个问题都能把企业拖进泥里反复摔打。秦英林偏偏不怕被摔。那股“慢劲儿”不是慢吞吞，而是愿意把一米宽的事情往下挖到一万米深：看似不动声色，实际上每一寸都在用力。

牧原的成长路径也因此呈现出一种少见的“耐心结构”：从乡间猪舍起步，逐步延伸到饲料加工、生猪育种、生猪饲养、屠宰加工的全产业链；企业越长越大，秦英林也从“养猪的人”走到全国人大代表、民营企业家代表的位置上。身份在变，但他讲话的落点几乎不变：抓住行业真正疼的地方，讲能落地的办法，而不是讲好听的词。

所以，当他在两会语境里谈生猪产业高质量发展，关注点总会绕不开五个方向：智能化升级、产业共享、自主育种、疫病防控、绿色低碳。它们看似是政策表达，落到他身上却像行业体温——每一个词都来自长期站在泥土里、站在猪舍里、站在产业波动里反复验证过的经验。

他的定力，说到底就是一句话：把最难的题留给自己，把最稳的供给留给社会。

从猪舍到系统：把“经验”写进设备与算法

传统养猪靠师傅的眼睛与手感：看一眼精神状态、摸一摸料槽余量、闻一闻圈舍气味，经验就在这些细枝末节里。秦英林做的事，恰恰是把“师傅的一眼”拆成可记录的数据、可复制的流程、可执行的设备——让经验不再只属于少数人，而能成为一套系统的常识。

牧原早期的攻坚从基础环节开始：自动饮水、自动饲喂，把人从最重的体力劳动里解放出来。但真正的分水岭，是在行业遭遇重大疫病冲击之后。那一场危机让所有养殖企业明白：猪舍不只是遮风挡雨的房子，它更像一座“生命维持系统”——空气、温度、湿度、洁净度，任何一个环节松动，都可能在密集饲养条件下引发连锁反应。

牧原在这条路上探索出“空气过滤猪舍”。它不是简单“装个滤网”，而是一整套围绕生物安全与环境控制重新设计的工程：过滤方案、通风模式、环控系统一代代迭代，猪舍像装上了看不见的“肺”，把病菌挡在外面，也把臭气收拢、净化、处理掉。秦英林把这种设施形容为接近“ICU标准”，不是为了夸张，而是为了强调一个事实：现代养殖的底盘是生物安全，任何表面的繁荣都得建立在这块底盘之上。

技术走到更深处，会从“解决一个问题”变成“改变一种工作”。产业综合体里，巡检机器人在通道间往返，算法在屏幕上汇总猪群状态，云端生成营养方案，环控系统把圈舍环境调到接近恒定。养猪开始像操控一座工厂——人的角色从“出汗的劳力”变成“盯盘的工程师”。他希望机器人能进入更多生产环节，这背后不是炫技，而是一个更朴素的愿望：让养猪成为一份体面的工作。

体面最终还要落到效率与成本上。牧原近年的成本下降，来自系统化能力的沉淀：误差被压到更小，损耗被拦在更前，波动被削弱在更早。到2025年，牧原生猪养殖平均成本降至每千克约12元，比上一年平均每千克成本下降约两元。数字不必排成长队，它真正的意义是：在行业周期的风浪里，企业多了一副抗压的骨架，也让稳定供给多了一份底气。

更进一步，牧原提出研发“养猪大模型”“生猪健康大模型”，试图让“听声辨病、看图识病”这样的专家经验变成可复制的工具。对行业来说，这像把高墙拆成台阶：把最贵的经验变成更广泛可用的能力，让更多养殖主体不再被“门槛”和“偶然”困住。

当经验被系统接管，产业就不再靠运气行走，而是靠确定性前进。

从规模到品质：让“肉盘子”更稳、更好、更安心

猪肉在中国从来不只是商品，它与节日、与家常、与物价指数紧密相连：它稳，餐桌就稳；它乱，民心就容易不安。秦英林谈养猪，总会把话落回“肉盘子”——因为民生的分量，往往就在这一口热气里。

牧原的供给能力，为这种“底线感”提供了现实支撑。到2025年，牧原年出栏生猪接近8000万头，供应猪肉约600万吨；企业公开表述中也出现“满足超1.6亿人猪肉需求”的口径。不同表述背后是不同测算方式，但指向同一个事实：当一家企业把产能做到这个量级，它已经天然承担起稳定供应、平抑波动的社会角色——不是你愿不愿意，而是你必须更稳、更负责任。

但规模不是终点，品质才是上限。秦英林把“自主育种”看作关键，不只是为了降低依赖，更是为了让“好吃”变得可设计、可迭代。他谈过一个很具体的变化：国民猪肉消费从“够不够吃”到“吃瘦肉”，再到追求“瘦而香”。这句话读起来像趋势判断，其实是企业的任务清单：消费者要“瘦而香”，育种就要朝那个方向走，营养配方、饲养管理、屠宰加工也要跟着一起走。

牧原投入60亿元建设种猪选育平台，围绕品质与健康选育更适配中国消费者口味的新品种，并提出培育高油酸、口感佳、更健康的方向。对食品企业来说，技术不是抽象名词，它会直接写进味蕾，写进脂肪比例，写进每一口的层次感。

品质还意味着一串“死规则”：用高于国家标准的企业标准守住安全，靠流程把风险压到最小。牧原在公开表述里把这句话说得很重——“用生命守护品质”。这并非修辞夸耀，而是行业底线的真实重量：食品安全的世界里，任何一次侥幸都不值得被原谅。

当成本下降与品质提升同时发生，民生逻辑才真正闭环：把好肉生产出来，把生产成本降下来，让大众花平价的钱吃到高品质的肉。对消费者，这是获得感；对产业，这是升级；对代表履职，这是把“改善民生”写进了可验证的供给能力里。

肉盘子的稳，不只靠产量撑着，更靠标准和良心托着。

从猪场到田野：算清绿色账，走稳共享路

养猪业长期背着一个沉重的影子——“污染”。臭气、粪污、邻避，既是企业的现实压力，也是行业形象的难题。秦英林并不回避这个影子，他更愿意把它算成一笔“绿色账”：算得清，才能走得远；算不清，规模越大越容易成为负担。

牧原把臭味治理与生物安全并进到同一套技术体系：空气过滤猪舍在出风端加装灭菌除臭系统，废气收集后净化处理，目标是“无臭气、不扰民”，同时减少氨排放。公开数据中，牧原在2023年累计减少氨排放2.67万吨，折算减少温室气体排放12.52万吨CO_2e。数字背后不是“漂亮成绩”，而是在说明一件事：当环保被工程化、被系统化，它就不再是一道外部压力，而是一种可持续的生产能力。

粪污处理更像一场关于循环的发明。牧原推进“猪养田、田养猪”的循环农业模式，把处理后的猪粪尿转化为水肥、有机肥，通过管网无偿供应周边农户使用，替代化肥、提升地力。初稿口径中，到2025年有32.8万公顷农田受益，带动农户减投增收超10亿元；另一份公开表述中，2024年服务农田472万亩、助农增收13.53亿元，近5年累计助农增收超50亿元。口径不同，落点一致：猪场不必是村庄的负担，它可以成为土地的“营养站”，让一笔“脏账”变成“肥账”。

绿色之外，还有乡村振兴的“人账”。牧原创造13万余个直接就业岗位，员工规模约13万人，其中大学生约4万人，业务遍及全国24省219县1326个乡村；在企业的赋能体系下，许多农民成长为懂技术、会操作设备的“养猪工程师”，人均年收入超13万元。把一份工作做体面，靠的不只是厂房和制度，更靠收入、成长和尊严。

再往大处看，龙头企业还有一笔更难算的账：行业稳定。猪价波动时，扩张容易，收缩也容易，但“主动调节”最难。牧原公开表述中提到，响应国家号召调减能繁母猪存栏，从2025年初约362万头调减至2026年初约313万头，并停建部分养殖场，为产业平稳发展发挥“压舱石”作用。对一家企业来说，这意味着把短期冲动让位给长期秩序：愿意牺牲一部分确定的增长，去换不确定市场里的确定性稳定。

也正因为经历过这些硬仗，秦英林才会更强调“共享”。他提出构建产业共享平台，向中小养殖户开放先进装备、防控技术、专业人才与管理经验，让更多人用得起、学得会、做得稳。企业层面也探索带动养殖户共同发展：公开表述中提到带动1.27万养殖户共同发展，把易养的仔猪交给农户育肥、降低其承担母猪风险；另有“6000多家专业化养殖户共同发展”的说法。共享不是把蛋糕分薄，而是把产业做厚——当技术、标准和风险管理能力向外溢出，行业才可能少一些“各自为战”，多一些“共同抵御”。

一座猪场最终能留下些什么？也许是更少的气味、更肥的土地、更稳的供给，以及更多人敢在乡村把日子过下去的信心。

“两会”的意义之一，是把国家叙事与普通人的餐桌重新扣紧。秦英林的路径恰好提供了一种注脚：从22头猪到千万级供给，他走的不是“更快”的路，而是“更稳”的路——稳在生物安全的底盘上，稳在成本与效率的骨架里，稳在标准化的底线上，也稳在对绿色与共享的长期投入中。把一头猪养好不难，把一头猪背后的民生、环境、产业秩序一起养好，才真正考验一个企业家代表的分量。而这种分量，往往不在豪言里，在一口肉的安心里；不在热闹里，在供给不掉链子的平静里。

（魏永祥 高 照）

马力全开 直达好价 长安马自达全系车型新春钜惠

长安马自达全系车型推出新春钜惠，即日起至2026年3月31日，MAZDA EZ-60购车可享5年超长低息购车方案、5,000元国补叠加补贴、3,000元选配基金等多重专属好礼；MAZDA EZ-6购车0首付起，另享至高20,000元新国补；MAZDA CX-50行也焕新一口价13.98万元起，MAZDA3昂克赛拉全系8.99万起，MAZDA CX-5全系限时11.58万起，MAZDA CX-30全系9.99万起。

EZ-60智能化升级 央视认证好车加量不加价

作为央视认证的全球好车，EZ-60自上市以来便持续领跑合资中型新能源SUV细分市场。继1月份EZ-60运动版焕新到店后，刚刚过去的2月，EZ-60再次迎来三大智能化升级推送。第一，全球首发裸眼3D-HUD双创新：行业首创“3D立牌指引智能导航”，行程指引更直观；行业领先“HUD光毯引路”功能，精准投射导航路径至地面，虚实贴合度更高，为夜间、隧道等场景出行筑牢安全防线。第二，升级自定义泊车辅助，面对无划定车位的露天停车场，用户可自由规划车辆停放位置。第三，车机应用商店焕新，12款应用覆盖多场景娱乐需求，新增酷狗音乐、百度地图、百度网盘、虎嗅、消灭泡泡等12款热门应用，进一步释放4纳米座舱芯片的算力优势。

活动期间，在至高20000元以旧换新国补基础上，EZ-60同步带来三重新春限时购车礼遇：

1. **限时补贴礼**：5000元国补叠加补贴，跨年购车无顾虑；
2. **限时升级礼**：3000元选配基金，解锁专属个性化定制；
3. **限时金融礼**：0首付起5年低息购车方案，灵活供车无压力。

EZ-6全系11.98万元起，全球品质+至高2万元新国补双加持活动期间，购EZ-6可享5000元置换厂补与至高20000元以旧换新国补，分期购车支持0首付起、5年低息方案（年均费率低至1.99%），更赠送价值7999元终身零燃权益，用车无忧更省心。

作为长安马自达全球化战略核心车型，EZ-6登陆全球市场以来，已在波兰权威年度汽车评选“最佳汽车2025”中，一举斩获“年度家庭车”与“设计大奖”双项荣誉，目前正稳步推进澳洲、东南亚等海外市场布局，设计美学与产品实力获得全球媒体及用户的广泛认可。安全方面，EZ-6相继拿下TOP Safety顶级安全认证、C-NCAP五星评级、E-NCAP五星认证、中保研10项G优秀评价、第19届国际汽车交通安全学术会议“安全典范奖”五大权威奖项，真正实现设计、安全与品质的全球标准。

CX-50行也全系13.98万元起 山系宽体SUV解锁多元生活

活动期间，CX-50行也焕新一口价13.98万元起，叠加6,000元置换厂补与至高15000元以旧换新国补，质价比再攀新高。安全保障上，CX-50实力堪称同级标杆——全球范围内上市以来，连续多年荣膺北美IIHS TSP+顶级安全之选，同时在C-IASI中保研测试中斩获6项全优成绩。高强钢车身搭配全域主动安全系统，从硬件到软件全方位筑牢安全防线，让每一次家庭出行都安心无忧。

此外，长安马自达多款热门车型同步奉上新春福利：MAZDA3昂克赛拉全系8.99万起，购车可享至高14000元以旧换新国补；MAZDA CX-5全系限时11.58万起，至高可享15000元以旧换新国补；MAZDA CX-30全系9.99万起，叠加至高14000元以旧换新国补，覆盖不同消费需求，让更多用户轻松坐拥品质座驾。即日起，消费者可前往长安马自达全国授权经销商门店，或通过“悦马星空”APP/小程序查询政策详情、预约试驾及预订新车。

钱塘弄潮铸军魂 淮畔履职映丹心

——记信阳市人大代表、浙江大信物业集团董事长王青刚的“突围”与“回归”之路

二月的淮河之滨，晨曦微露，寒意未消，但信阳大地已是一派生机勃勃的备耕景象。千里之外的钱塘江畔，浙江大信物业集团的指挥中心内，值守人员正有序调度着多个重点项目的日常运行，屏幕上的数据平稳流转，一切井然有序。

这两个看似平行的时空，因为一个人而紧密相连。

当信阳市第六届人民代表大会即将召开的号角吹响，王青刚再次整理好行装。作为从大别山革命老区走出的信阳市人大代表、息县籍企业家，同时也是荣获“全国模范退役军人”称号的商界“硬汉”，他的行囊里，一半装着企业在长三角高质量发展的“作战图”，另一半则装着沉甸甸的家乡民意与乡村振兴的“锦囊计”。

三十余年，从军营“炊事班长”到物业“商业巨擘”，从单枪匹马闯荡江南到携手乡亲共同富裕。王青刚用这种独特的跨越，在长三角与大别山之间，架起了一座无形的桥梁。值此两会前夕，我们翻开这位“老兵代表”的履历，探寻其在时代洪流中如何以军魂铸企魂、以初心践使命，书写出一部激荡人心的奋斗启示录。

铸剑：从“迷彩绿”到“工程蓝”
在大潮中挺起脊梁

时光回溯至1992年，20岁的王青刚怀揣着对绿色军装的无限向往，走进了军营。对于一个出身农村的青年来说，这不仅是义务，更是一次改变命运的洗礼。

有些人的光芒，是环境赋予的；而有些人的光芒，是自己磨出来的。入伍之初，王青刚并未如愿成为手握钢枪的突击手，而是被分到了不起眼的炊事班。在许多人眼中，这是“伺候人”的活，难有出息。但王青刚却把这方三尺灶台当成了战场。为了让来自天南地北的战友吃得满意，他没日没夜地钻研红案白案，在油烟与汗水中练就了过硬本领。1995年，他带领连队炊事班在全师大比武中一举夺魁，荣立集体三等功。

那段岁月，教会了他两个受用终身的道理：一是“众口虽难调，用心则必安”，这是服务的雏形；二是“后勤即战斗力，细节定成败”，这是管理的启蒙。

退役后，王青刚没有选择安逸的分配工作，而是敏锐地嗅到了沿海经济腾飞的气息。2003年，他离开部队，只身前往杭州萧山。初到江南，举目无亲，他从最基层的建筑工地安全员做起。那是一个虽然充满机遇但也伴随着粗放管理的时代，王青刚将在部队养成的“直线加方块”作风带到了工地上。

他不怕得罪人，坚持推行准军事化管理，严抓安全漏洞。白天，他戴着安全帽穿梭在脚手架丛林中排查隐患；晚上，他还要亲自上阵干架子工的重活。这种“既是指挥员又是战斗员”的拼劲，让他在强手如林的浙江建筑圈迅速站稳了脚跟。从一名普通的打工者，到拥有自己的劳务队伍，再到承接高难度项目，王青刚用十年的时间，完成了原始积累，更完成了从士兵到创业者的心态蜕变。

然而，真正的企业家从不满足于现状。2011年，在参与建设广州地标“小蛮腰”（广州塔）和杭州一系列重点工程后，王青刚敏锐地预判：随着中国城市化进程从“建设期”转入“运营期”，高品质的物业服务将是下一个万亿级的蓝海。

2017年，在持续深耕原有建筑与工程相关业务的同时，王青刚着眼城市发展新阶段，开始探索现代物业服务这一全新领域。同年，浙江大信物业有限公司应运而生，作为企业多元化发展的重要一环，从零起步、稳步推进。经过数年持续积累与规范化建设，逐步形成体系化、专业化的发展格局，五年后完成集团化升级，浙江大信物业集团由此成型。

“大信”，源于《论语》“人而无信，不知其可也”。这既是他对儒商精神的推崇，更是他对军人令行禁止、言出必行作风的商业化诠释。自此，一位豫南汉子，在钱塘江畔开启了属于他的商业突围战。

亮剑：以“红管家”树“新标杆”
在服务中彰显军魂

如果说建筑是城市的骨架，那么物业就是城市的血脉。在竞争激烈的长三角物业市场，一家外来企业要想立足，谈何容易？王青刚的破局之道，依然是那两个字——“军魂”。

走进大信物业集团的管理项目，你会发现一种独特的气场：保安站姿挺拔如松，交接班口号嘹亮，保洁工具摆放得整齐划一，甚至连绿化带的修剪都透着一种严谨的几何美感。这不是作秀，而是王青刚独创的“红色物业+军事化管理”模式。

“退役军人是国家的宝贵财富，也是企业的钢铁脊梁。”王青刚深知这一点。在大信集团1000多名员工中，退役军人占比极高，且多分布在核心管理岗和关键技术岗。他把部队的优良作风内化为企业文化，推行“全员军事化训练”和“党员先锋岗”。在他的要求下，集团中高层管理人员95%以上考取了物业管理师等国家职业资格证书，实现了“硬作风”与“软实力”的完美结合。

这种近乎苛刻的标准，让大信物业在承接的高端项目中展现出了惊人的爆发力。

最能体现“大信铁军”战斗力的，莫过于对国家级重大活动的保障。在G20杭州峰会主会场工程建设及后期服务期间，面对最高级别的安保要求和最严苛的服务标准，王青刚亲自挂帅，带领团队连续奋战。他们像钉子一样钉在岗位上，以零失误、零差错的优异表现，赢得了相关部门的高度赞誉，荣获先进单位称号。

如今，随着管理能力与服务体系不断成熟，大信物业的版图逐步从杭州辐射至全国，服务对象涵盖了广州电视塔、广州珠江城大厦、杭州萧山国际机场三期、福州长乐国际机场、宁波国际会议中心、万向创新聚能城等一系列地标性建筑和超大型园区。同时，集团在政府机关、部队营区、医院、学校及大型公共服务设施等领域持续深耕，形成了覆盖多类型、多场景的综合物业服务体系。集团注册资金达一亿元，先后通过ISO9001质量管理、ISO14001环境管理、ISO45001职业健康安全管理三体系认证，斩获“浙江省金牌物业”“国家诚信企业”等多项殊荣。

从一个籍籍无名的初创公司，成长为能够服务“国之重器”的行业翘楚，王青刚并没有因此而自满。他常对员工说：“我们不仅是在做生意，更是在代表河南人、信阳人在外面树形象。大信的招牌，就是信得过！”

归心：引“长三角”水润“大别山”
在履职中破局突围

树高千尺，根在沃土。

虽然事业重心在浙江，但王青刚的微信朋友圈里，发布最多的内容依然是关于家乡信阳。当选信阳市第六届人大代表后，这种乡土情结被升华为一种神圣的政治责任。他深知，自己肩负着双重使命：既要当好企业发展的“领头雁”，更要做好连接浙豫两地的“联络员”。

每次回到信阳参加人代会，王青刚总是带着厚厚的调研笔记。他发现，信阳山水秀美，农特产品资源丰富，信阳毛尖、息县面粉、茶油等产品品质极佳。然而，与浙江成熟的商业环境相比，家乡的产品往往面临着“一流品质、二流包装、三流价格”的尴尬境地，很多好东西“养在深闺人未识”，难以进入高端消费市场。

“信阳不缺好产品，缺的是品牌化的思维和走出去的渠道。”在深入走访了息县多个乡镇的种植基地和加工车间后，王青刚陷入了沉思。如何利用自己在长三角积累的资源和经验，为家乡产品打开一条销路？

他在两会上郑重提交了《关于推动信阳农特产品品牌化、标准化发展，对接长三角市场的建议》。这份建议没有空话套话，而是基于他在浙江多年的商业观察，提出了具体的实操方案：建议政府引导企业进行品牌升级，利用“互联网+”讲好产品故事，同时在长三角核心城市设立直销窗口。

不仅是“提建议”，王青刚更是“起而行之”的行动派。

为了让信阳农特产品真正“突围”，他不惜投入重金，利用大信集团在杭州的场地优势，打造了一家高标准的“信阳农特产品展销中心”。这里不仅是信阳籍游子寄托乡愁的港湾，更成为了信阳各县区优质农产品进入长三角市场的“桥头堡”。

在这个展销中心里，他引入了浙江先进的“场景化营销”理念。顾客不仅能买到正宗的信阳毛尖，还能通过大屏幕看到茶山的实时监控，体验茶艺文化；不仅能吃到息县的面条，还能了解到小麦从播种到收割的全过程。他积极对接杭州的电商直播资源，邀请头部主播为家乡产品带货，让“信阳味道”顺着网线飘进了千家万户。

在前期实践基础上，2026年，在河南省农业主管部门和河南粮食投资集团的指导支持下，原有的“信阳农特产品展销中心”完成提档升级，正式打造为“豫农优品”河南省农特产品展销平台。该平台以河南省公共品牌建设为目标，集中展示全省十八个地市的特色农产品，推动资源整合、品牌共建，助力河南优质农产品在长三角等重点市场实现更高层次对接。

在王青刚的努力下，越来越多的浙

江客商开始关注信阳、走进信阳。他以身作则，多次组织浙江企业家考察团赴信阳考察投资，在招商引资中充当“红娘”。他常说：“人大代表不是一个光环，而是一副担子。既然乡亲们选了我，我就得给家乡带回点实实在在的变化。”

丹心：承“拥军志”传“家国情”
在奉献中赓续血脉

2024年8月1日，在中国人民解放军建军97周年之际，王青刚迎来了一生中的高光时刻——在全国退役军人工作会议上，他被授予“全国模范退役军人”称号。

这份沉甸甸的国家级荣誉，是对他三十年如一日“退役不褪色、创业立新功”的最高褒奖。但在王青刚看来，这更是一种鞭策，提醒他永远不能忘记自己是从哪里出发的。

作为一名从农村走出来的老兵，王青刚对困难群众和退役战友有着天然的共情。大信物业集团在招聘时有一条不成文的规定：同等条件下，退役军人和信阳籍务工人员优先录用。多年来，他像一只不知疲倦的候鸟，将一批批家乡的富余劳动力带出大山，安顿在杭州的各个岗位上。对许多乡亲来说，跟着“王班长”干，心里踏实。

除了授人以渔，他还热心公益，乐善好施。当得知家乡息县部分村组道路泥泞、出行困难时，他二话不说，个人出资60余万元，为村里修通了2.5公里的水泥路。这条路，被乡亲们亲切地称为“连心路”，它不仅解决了村民的出行难题，更打通了农产品外运的“最后一公里”。

哪里有灾情，哪里就有他的身影。在河南遭遇特大暴雨灾害时，身在浙江的王青刚心急如焚。他第一时间依托商会平台发出倡议，带头捐款捐物，并组织车队连夜驰援灾区。多年来，他在济困助学、抗震救灾、扶贫帮困等方面的个人捐款累计已达30余万元。

更为难能可贵的是，王青刚将对国家的热爱融入到了家族的血脉传承中。他常教育后辈：“国家国家，有国才有家。好男儿就要去当兵！”在他的感召和鼓励下，他的两个儿子以及侄子、外甥等亲属共计10人，先后参军入伍。

这支“王家军”，在不同的部队里挥洒青春，续写着“满门忠烈、各路英豪”的家族荣光。为了让更多年轻人接受国防教育，他在浙江绍兴投资创建了“红创军旅文化园”。这个集青少年军事主题教育、企业团建、国防知识普及于一体的基地，如今已成为当地著名的红色打卡地。看着一批批孩子们在这里穿上迷彩服、唱起军歌，王青刚的脸上总会露出欣慰的笑容。

风起扬帆正当时，凝心聚力谱新篇。

信阳市第六届人民代表大会召开在即，这不仅是全市人民政治生活中的一件大事，更是信阳在现代化建设新征程上的一次重要集结。

作为这支浩荡队伍中的一员，王青刚已整装待发。回望来路，他是那个在烟熏火燎中练硬功的炊事班长，是那个在脚手架上挥汗如雨的创业先锋；展望前路，他是深耕现代服务业的领军者，更是矢志乡村振兴的人民代表。

“既然当了代表，就要代民言、表民意、解民忧。”

在王青刚身上，我们看到了一种力量，那是军人的刚毅与商人的敏锐完美融合的力量；我们看到了一种情怀，那是游子对故土深沉眷恋与反哺的情怀。在信阳奋力实现“两个更好”的宏伟蓝图上，王青刚和大信物业集团正以昂扬的姿态，书写着属于他们的精彩篇章。我们有理由相信，这位“老班长”的突围与回归之路，必将越走越宽广。

（魏永祥 高 照）

公告栏

遗失声明
威宁彝族回族苗族自治县炉山镇园林基督教堂遗失威宁县农村信用合作联社结果分社开户许可证，账号：820000000003127668，核准号：J7097000832801，声明作废。

遗失声明
北京豫丰源商贸中心（统一社会信用代码：92110106MA0120Q041）遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明
天津市河东区于秀英小吃店（统一社会信用代码：92120102MA06DTW659）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
天津彩雅商贸有限公司（统一社会信用代码：91120105MA07FRMB9C）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
杞县西寨乡潘庄村村民委员会公章遗失，声明作废。

遗失声明
北京宋神周商贸中心（统一社会信用代码：92110106MA01TFB82F）遗失营业执照正、副本，声明作废。

遗失声明
惠水县谢兴忠鲜肉店公章遗失，备案编码：522731630886 76，声明作废。

遗失声明
天津市金昇建筑工程有限公司（统一社会信用代码：91120223MA7LX7XQ0R）遗失公章、财务专用章、合同专用章、法人章（郝建彬）各一枚，声明作废。

遗失声明
天津洁帮帮商贸有限公司（统一社会信用代码：91120104MA06KJBJ96）遗失公章、财务专用章、法人章（陈志军）各一枚，声明作废。

遗失声明
缙云酷奇科技有限公司（统一社会信用代码：91331122MACGKHD52B）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
永康市齐兴工贸有限公司遗失公章：3307841025959 4、财务章：3307841025959 5、法人章（朱兴齐）各一枚，声明作废。

遗失声明
赣州鼎经拓新机械科技有限公司遗失公章：3607210929387、财务专用章：3607210929389，声明作废。

遗失声明
宁波市鄞州福明语桐美容店遗失公章，编码：33021210327882，声明作废。

遗失声明
河南豪纺纺织有限公司（统一社会信用代码：91411525MAE7M5K188）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
信阳市轩明鸿昊数码科技有限公司遗失公章，编码：4115300036192，声明作废。

遗失声明
敦煌市正德电器经销部（统一社会信用代码：92620982MA71F4943T）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
运河区马兆勇肉店（统一社会信用代码：92130903MACACTY17E）公章（印章编码：1309035008544）丢失，声明作废。

遗失声明
宁波市贝园电子商务有限公司遗失公章，编码：33028210134745，声明作废。

遗失声明
三门县星语食品店（个体工商户）遗失公章，编码：33102210078673，声明作废。

遗失声明
天津清扬国际贸易有限公司（统一社会信用代码：91120118MAC4XMG12W）遗失公章、财务专用章、法人章（刘帆）各一枚，声明作废。

遗失声明
天津清扬供应链管理有限公司（统一社会信用代码：91120116MAC6WRC5XB）遗失公章、财务专用章、法人章（刘帆）各一枚，声明作废。

遗失声明
天能供应链科技（天津）有限公司（统一社会信用代码：91120113MAC4MC9B28）遗失公章、财务专用章、法人章（李哲）各一枚，声明作废。

遗失声明
天津航宇供应链科技有限公司（统一社会信用代码：91120113MAC5E35MXT）遗失公章、财务专用章、法人章（马亮）各一枚，声明作废。

遗失声明
羿坤供应链科技（天津）有限公司（统一社会信用代码：91120110MABY2FPK24）遗失公章、财务专用章、法人章（刘玉彬）各一枚，声明作废。

遗失声明
天津南乔供应链管理有限公司（统一社会信用代码：91120116MAC6U4DE6K）遗失公章、财务专用章、法人章（杨爽）各一枚，声明作废。

遗失声明
天津南乔实业有限公司（统一社会信用代码：91120118MAC5NCRK7D）遗失公章、财务专用章、法人章（杨爽）各一枚，声明作废。

遗失声明
民权县木舍装饰工程有限公司遗失公章：4114210036153、财务章：4114210036154、法人章（张昌健）：4114210036155，声明作废。

遗失声明
景德镇点一点电动车有限公司（统一社会信用代码：91360203MAER12LH0R）遗失公章、编号：3602060026775，声明作废。

遗失声明
永修县鑫磊石业有限公司（统一社会信用代码：91360425767021923Q）遗失财务章、法人章（谢新响）各一枚，声明作废。

遗失声明
河南三原色智能科技有限公司南阳分公司（统一社会信用代码：91411302MA9KPEDB9F）遗失公章一枚，声明作废。

作废声明
中矿万荣新能源（北京）有限公司（统一社会信用代码：91110112MADWJG5Y7U）作废公章、财务专用章、法人章（肖海旺）各一枚，特此声明。

作废声明
华夏创盟（北京）电子商务有限公司（统一社会信用代码：91110106MA00B45Q2T）作废公章一枚，特此声明。

遗失声明
黑龙江祥泽汇通信技术有限公司（统一社会信用代码：91230103MABRMUBR40）遗失财务专用章一枚，声明作废。

遗失声明
四川省吉联机电工程有限公司遗失法人章（周强），印章编码：5116815026294，声明作废。

遗失声明
四川省吉联机电工程有限公司遗失公章，印章编码：5116815029291，声明作废。

遗失声明
河南今立电气有限公司遗失法人章（胡朝阳印），声明作废。

遗失声明
商丘美霖牧业有限公司遗失公章，编码：4114210054141，声明作废。

遗失声明
民权县华坤养殖农民专业合作社（统一社会信用代码：93411421MADUNR4J85）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
青岛珈羽汽车服务有限公司财务专用章3702810626034不慎丢失，声明原章作废！

作废声明
北京亿龙汽车租赁有限公司（统一社会信用代码：91110117693235991X0）作废公章一枚，特此声明。

遗失声明
天津聚兴物流有限公司（统一社会信用代码：91120110MA05NQ5BXG）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
江永县永祥装饰材料批发有限责任公司2026年3月13日遗失公章，编码：4311251000307 5、财务专用章，编码：4311251000307 6、发票专用章，编码：4311251000307 7、法人章（田永强），编码：4311251000307 8，声明作废。

遗失声明
鹰潭余江区博瑞再生资源有限公司遗失公章：3606220129812、财务专用章：3606220129813、法人章（彭天阳）：3606220129814，声明作废。

遗失声明
河北照森体育用品有限公司（统一社会信用代码：91130925MACX4PAJ8X）遗失公章：1309251043856、财务章：1309251043857合同章：1309251043859法人章：1309251043860。声明作废。

遗失声明
固始县陈集镇联盟村股份经济合作社（统一社会信用代码：N2411525MF4384587J）遗失公章，编码：411525002935 2，声明作废。

遗失声明
襄城县姜庄乡河北王村村民委员会遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
古县岳阳镇九倾垣村村民委员会遗失古县农村信用合作联社岳阳信用社开户许可证，账号：6101310103000000117 78，核准号：J1778000143502，声明作废。

遗失声明
古县岳阳镇五马村村民委员会遗失古县农村信用合作联社岳阳信用社开户许可证，账号：6101310103000000117 41，核准号：J1778000144401，声明作废。

遗失声明
古县岳阳镇五马村村民委员会（统一社会信用代码：5414102568020705 5A）财务章遗失，声明作废。

遗失声明
宜宾高县集信物流运输有限公司遗失公章一枚，编码：5115255017825，遗失作废，特此声明。

遗失声明
宜春市信翔工贸有限公司遗失公章，编码：3609020640048，声明作废。

遗失声明
贵州丰邦建设有限公司安顺开发区分公司（统一社会信用代码：91520490MACGD6E42X）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
香河尘光文化发展有限公司（统一社会信用代码：91131024MAK2BBGB7A）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
唐山市佳捷建筑工程有限公司（统一社会信用代码：91130227MA09LBQK9H）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明
宁波市鄞州云龙文士青流动运输户遗失公章，编码：3302121019999 0，声明作废。

遗失声明
江西江顺矿业有限公司遗失原公章，编号：3607021020482、原财务专用章，编号：3607021020483，声明作废。