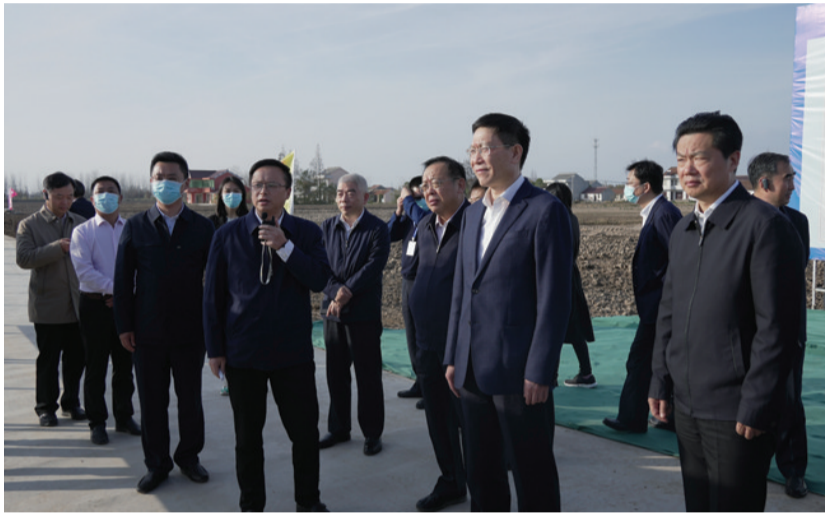


江苏省5000万亩高标准农田暨农村水利建设现场推进会在海门召开

本报讯(□许金栋 记者魏静)11月20日,江苏省5000万亩高标准农田暨农村水利建设现场推进会在南通市海门区召开。会议强调,要按照省委十三届十一次全会有关决策部署,大力实施“藏粮于地、藏粮于技”战略,总结交流各地经验做法,高起点规划、高标准建设、高质量管控,科学有序抓好新发展阶段,为今冬明春和今后一段时期的全省高标准农田和农村水利建设工作做好准备。

江苏省副省长潘贤掌对海门区高标准农田建设模式给予充分肯定。他指出,要通过学习借鉴这一模式,实现小田并大田,加强田块平整,配齐灌溉设施,完善田间道路工程建设,积极应用先进技术和技艺,健全部门监管,建立现场检查、第三方工程质量检测和农民群众义务监督的监管体系,确保核心标准不打折扣。要持续加大旱涝保收、稳产高产的高标准农田建设力度,兴修水利,建好农田,夯实产能,提高农田质量和旱灾抗御能力。要立足“三农”工作的重心已经转向全面推进乡村振兴



兴的新要求,聚焦水利基础设施和农田建设,把农村发展的基础打得更牢,为率先实现农业农村现代化提供坚强支撑。

潘贤掌强调,当前国际形势错综复杂,不稳定不确定因素增加,各地各部门要充分认识加强高标准农田和农村水利建设的重大意义,抢抓机

遇、乘势而上,高起点谋划推进高标准农田建设,用好政策支持,切实解决农田设施老化等一系列问题,夯实粮食稳产增产基础。要抓住冬春施工黄金期打好高标准农田建设“百日会战”,抓紧“十四五”目标任务分解,采取“长牙齿”的措施强化耕地保护和高标准农田管护,建一片成一片,

确保长久发挥效益。要在高质量推进农村农田水利发展上实现更大突破,提高配套率、完好率和灌溉保证率,积极推进大中型灌区“现代化”改造和农村河道“生态型”整治,迅速掀起新一轮建设热潮。会议同时还对秋冬种扫尾、重要农产品稳产保供、农业领域安全生产、年度“三农”重点任务“回头看”等工作作出安排。

南通市海门区区委书记郭晓敏在交流发言时表示,高标准农田和农村水利建设事关乡村振兴全局,海门区将全面贯彻本次会议精神,认真借鉴好经验、好做法,全面对标、高效落实,立足海门实际,努力探索形成一批具有地方特色、可复制推广的成功经验和长效机制,全力推动海门高标准农田和农村水利建设工作再上新台阶。

会上,作交流发言的还有南京市、徐州市、淮安区。与会人员还实地观摩了悦来镇友爱村、悦来镇保民村、海门港新区河南村、常乐镇麒北村高标准农田项目区,参观了青龙河河道公园、青龙河综合整治工程。



本报讯(□苏红鸣 记者汪宏胜)三年前,江苏省昆山市农村人居环境整治工作如火如荼开展,作为薄弱短板的农田环境整治因为存在边界模糊、土地性质不明、历史遗留问题较多等原因成为当时整治工作的一大难点。为加快解决农田环境问题,昆山市委市政府于2019年3月提出在全市开展“农田连片”及闲置地整治,并将该项工作列入市政府重点工作。

“农田连片”及闲置地整治工作的主要任务是将零散、抛荒、侵占的农业用地,通过土地清理、平整、复耕等方式实现农田集中成片,对城乡接合部和铁路、公路、河道沿线等区域内乱垦乱种、乱搭乱建、废弃抛荒的闲置地块完成全面清理整治。这在苏州乃至全省都是一项创新性工作,一切都要摸索前进,同时由于该项工作覆盖昆山市全市11个区镇,涉及多年积累下来的老大难问题,情况复杂,整治难度大。

2019年,昆山市乡村振兴领导小组印发《昆山市“农田连片”及闲置地整治工作实施方案》,进一步明确工作部署,从昆山市农业农村局抽调6名工作人员组建工作专班,专人专岗负责“点位排查—跟踪督办—销号验收”全过程各环节,确保整治工作落地。2020年,昆山市农业农村局又联合昆山市财政局出台《昆山市“农田连片”及闲置地整治市级奖补办法》,根据工作开展情况和年终考核结果实施分类奖补,共落实市级财政资金约7000万元。2021年,昆山将农田连片整治正式纳入对各区镇行政红黑榜考核的评分细则当中,切实提升镇村干部对整治工作的积极性,整治工作取得了积极成效。

农田碎片问题得到有效解决。按照“水田一片”的江南水乡特色农田风貌为目标,聚焦铁路、高速公路、市级主干道、主要河道等沿线重点区域,推动农田空间由“零散”向“连片”、规模由“小田”向“大田”转变。在昆山市淀山湖镇,由藕塘、鱼塘退塘还耕打造出了2690亩“农田连片”景观。张浦镇尚向村则依托“江南圩田”项目对农田环境进行全域规划,整合碎片化农田、池塘进行复耕复种,形成512亩的连片农田。

农村人居环境得到有效改善。坚持立足长远、做好当前,统筹抓好“农田连片”及闲置地整治和美丽乡村、特色田园乡村、环境综合整治等深度融合、协调推进。全市完成清理村庄与农田交界处、村庄河道沿岸、村级道路沿线和田间地头垃圾1万余吨,拆除乱搭乱建100余处,推动了昆山市农村环境面貌焕然一新。巴城镇锦墩山村对垦荒、抛荒闲置地整治,打造出320亩连片绿化景观。周庄镇常嘉高速区域村庄开展农田碎片化整治,集“农田连片”于一体,打造出3500亩高速沿线最美风景线。

产业规模经营得到有效促进。明确将富民增收作为整治工作的出发点和落脚点,串联高标准农田建设和高标准池塘改造,加快闲置、荒废地复耕复种,推动土地规模化经营和集约化管理,加快推进新型合作农场建设,突出农业规模经营优势,整治后的农田由村集体经营、管理,实现年增产粮食近2万吨。周市镇横娄村拆除170亩废旧大棚进行良田改造,张浦镇南姚村积极开展容潭、鱼塘填土改造,并于2020年新增粮食耕种面积800亩。

干部主动作为的积极性得到有效提升。通过总结经验、表彰先进、宣传成效,引导广大农村党员干部和村民正确认识和理解做好整治工作的重要性,特别是镇村干部在思想上提高了认识,主动探索、积极参与,以整治为抓手,推动解决一批长期以来想解决而未解决的历史遗留问题。昆山高新区大众村书记主动上门、自曝问题短板,要求对零散、不规则农田进行连片整治。陆家镇联合镇村干部迎难而上,向200余户农户发放整改通知书,集中力量整治高铁站南侧150亩长期垦荒地。

三年来,昆山全市开展涉及中环路沿线至各区镇的三轮全域整治工作,累计完成问题整改1223处,涉及农田零散、抛荒、侵占面积3.2万亩,闲置地脏乱、垦荒面积1.7万亩,截至目前完成问题点位整治1116处,完成率91.3%,累计实现农田复耕复种2.1万亩,年粮食增产近2万吨,完成美丽菜园建设近1千亩,其它整治工作正有序推进,有望在2021年12月全面完成。

昆山:三年勾画出『农田连片』美丽画卷

“云直播”探秘绿色智慧加油站

本报讯(□戴炜 记者陈思羽)“一手抓防疫,一手抓经营”,在疫情常态化防控的背景下,近日,中国石化江苏南京石油作为南京区域成品油供应主渠道,认真履行成品油市场保供政治责任,彰显央企担当,落实对加油车辆“不限供、不加价”的服务承诺,提供优质服务体验。金沙江加油站是中国石化在南京首座试点的智慧型加油站,直播过程中,两位主播介绍了智能加油机引导牌、多样化的支付方式以及零接触的“一键加油”“无感加油”等业务,探秘油品质量管理,提供车主安全放心的加油体验,感受中国石化“质优

量足”“每一滴油都是承诺”的社会责任。为贯彻执行近期商务部《关于加强做好今冬明春蔬菜等生活必需品市场保供稳价工作的通知》和江苏省应急管理厅《江苏省家庭应急物资储备清单》文件精神,中国石化江苏石油以“民生商品保供、应急商品组合、防疫商品平价购”为目标,迅速组织落实“统筹协调保供、应急机制强配、宣传推广稳市场”的工作要求,为百姓生活、出行提供便利。

“介绍得好专业”“原来这个设备是长这个样子”……主播在现场热情解答车友提出的问题,在线科普油品数量、收油油、一次二次三次油气回收、光伏发电、雨污分流等设备的原理及作用,展现了中国石化在绿色发展、绿色能源、绿色生产、绿色服务、绿色科技、绿色文化等方面所做的工作,感受到中国石化在践行“绿水青山就是金山银山”绿色发展理念中所作的努力和贡献,助力国家早日实现“碳达峰”“碳中和”目标。

“介绍得好专业”“原来这个设备是长这个样子”……主播在现场热情解答车友提出的问题,在线科普油品数量、收油油、一次二次三次油气回收、光伏发电、雨污分流等设备的原理及作用,展现了中国石化在绿色发展、绿色能源、绿色生产、绿色服务、绿色科技、绿色文化等方面所做的工作,感受到中国石化在践行“绿水青山就是金山银山”绿色发展理念中所作的努力和贡献,助力国家早日实现“碳达峰”“碳中和”目标。

博洛尼举行29周年品牌发布会

近日,一场充满创意的发布会“孤独的追光者”——博洛尼家居29周年品牌发布会在南京红星美凯龙南京河西进口商场成功举办,同时宣布南京博洛尼河西旗舰店盛大开业。活动现场举行了“孤独的追光者”博洛尼29周年回顾展,展出了博洛尼发展进程中最具代表性的跨界成就和品牌DNA的演变历程,展示形式丰富,内容精彩纷呈。

方式不断探索与理解。从本世纪初开始,博洛尼引进了 Andrew Martin 国际室内设计大奖,并邀请众多海外知名设计师为中国做设计,坚持为设计力蓄能。从中国近代艺术到伦敦时装周秀场,一直尝试建立艺术或时尚与家居不可分割的双重属性。在发展的各个阶段中,都试图用不同类型的作品为生活传达力量与热情。

29周年回顾,收藏展出了博洛尼发展进程中最具代表性的跨界成就及品牌DNA的演变历程,其中包含五大展区,跨越四个时代,囊括多媒体影音、纸质文献、产品实物、艺术装置等丰富展示形式。新品发布会上,博洛尼董事长蔡明讲述了博洛尼29年品牌历史。从2004年与艺术家曾梵志、周春芽、方力钧合作,实现艺术品与家居产品的完美结合,到2005年全球首家家居体验馆“7

间宅”;从2008年与隈研吾等设计师发起“为中国设计”项目,到2009年CEO蔡明出版《7套16式》;从2017年初轰动业界的“6大人群重新定义家居生活”,用博洛尼主义推翻风格论,到后来牵手AAC艺术中国,让当代艺术与当代设计在家居生活范畴碰撞出火花。活动现场还进行了《部落颂歌》纹样沙发发布、电音派对等环节,将现场气氛推向高潮。

(陈思羽)

苏果MART年底江苏四店连开 快速推进展店计划

“到2025年实现销售规模400亿元”“全面推广苏果CITY、苏果MART和苏果LIFE新业态品牌”成为消费者喜爱的全渠道零售商……在今年7月举办的高质量发展大会上,华润苏果根据华润万家整体战略,重磅发布“十四五”发展规划,既立任务书,又绘路线图。

江苏市场作为苏果根据地市场,无疑将是拓店的重点。据了解,年底12月,苏果将在盐城建湖、淮安洪泽、徐州、靖江连开四家苏果MART,快速推进新品牌展店计划。

未来五年新开店600家

规划表明,未来5年,苏果将在聚焦根据地建设上迈出新步伐,加快新网布局,新开门店600家,进一步推动销售规模增长,巩固市场领先地位。在业态组合上,重点聚焦大卖场和标超。在地理布局上,根据城市发展规划合理制定发展策略,深耕南京大本营,加大合肥、滁州、徐州、淮安等重点城市发展投入,

积极培育新根据地城市。“苏果将在业态创新上不断出新招,汇聚新动能,重点在‘商品差异化、场景多样化、营销精准化’等方面寻求新突破。”华润万家副总经理、苏果党委书记、总经理陈兵在大会上表示,“公司将全面推广苏果CITY、苏果MART和苏果LIFE新业态品牌,快速提升创新店的数量占比,并不断优化业态标准,提升运营质量。不断加强人工智能等新技术的推广应用,加快数字化和智慧化建设。推进新业态和新渠道供应链建设,打造有记忆点的核心品类。”

营造“市集”氛围

作为创新品牌,视觉印象的重要性不言而喻,苏果MART在空间色彩上以原木色为主,暖色灯光搭配黑灰色调,整体风格简洁大方。苏果相关负责人对卖场设计理念进行了阐释:“新店风格构思来源清明上河图对于中国传统市井生活场景的描绘。木色寓意自然中的生命,黑灰色寓意培育生命的土壤,使顾客通过色彩感受食物的自然之美。”

有别于传统的强制动线,苏果MART采用自由动线,取中国传统的“天圆地方”概念,以代表“一日三餐”的生鲜为圆心向四方辐射,周边围绕着食品、家居等其他品类。同时,采用大量弧形、岛柜等高低错落的设计与组合,地面动线的方与天花板顶灯的圆弧穿插在空间中作为与实用性相结合的装饰。与传统超市的拥挤通道不同,苏果MART的通道相对更宽敞,方便多辆购

物车交汇通过,同时货架更低,视野通透,几乎一览无余,传统的大幅POP海报被电子屏取代,体现出绿色低碳的环保理念。

不同于传统的货架展示,苏果MART以市集方式呈现,比如将肉类进行单独陈列,设立猪肉专柜、牛羊肉专柜、家禽专柜、海鲜专柜、食品加工专柜……这些独立专柜的外观类似于开放厨房的展示台。为了进一步契合“市集”氛围,苏果MART还依据农历的二十四节气设计了主题赶集日,并将推出相关主题活动。

深挖小产区及网红单品

“深挖国内小产区及网红优质单品,聚焦海外包装加工单品,专注产品创新是苏果MART的法宝。”苏果MART在商品结构上进行了大刀阔斧的调整,SKU由原先大卖场的30000个精简至10000个左右。店内甄选13个核心品类,每一个都用一个关键词作为提示,比如菜、

肉、酿、饮、饅、洁等,注重消费场景的打造,各类商品一目了然。

作为超市吸引客流利器,生鲜在新店中稳居C位。苏果MART经营面积为2500-3000㎡,其中生鲜区域约占总面积的一半。针对当下年轻家庭即买即食需求,店内还增设生鲜堂食区,消费者挑选完水产、海鲜等鲜活商品后,可在加工档口交由专业大厨现场烧制,并在超市内堂食。除现场加工外,档口也会准备多样化的美食供消费者外带,满足一日三餐家庭消费需求,充分体现“民以食为天”。

此外,苏果MART充分深挖会员价值,重视会员权益的打造,针对会员用户,苏果MART定制了专属会员权益提升会员含金量,每个活动档期都会精选1000支左右的会员商品,价格极具竞争力,打造“好物不贵”的价格形象。

运用高科技提升线上占比

门店智能化一直以来都是苏果推进转型创新的重要方向,苏果MART将

大量应用高科技技术,带给消费者智能、省时、便捷、舒心的购物体验。比如,消费者在门店可以采用扫码购、自助称重、自助点餐机、移动支付等多种方式进行消费。

另外,苏果MART还将同步上线万家APP,提供包括商品销售、预售、会员服务附加服务。消费者只要线上下单,3公里范围内一小时配送到家。同时,门店还与美团、饿了么、京东到家等外卖平台合作,进一步提升线上业务占比。

基于消费升级和顾客洞察,华润万家近年来启动了全业态的升级改造和消费体验的提升,苏果CITY、苏果MART、苏果LIFE在全国各城市陆续开业,江苏省内苏果CITY、苏果MART、苏果LIFE截至目前也已经开出16家门店。此次苏果MART年底连开四店,不仅会升级消费者购物体验,还将进一步巩固根据地市场,提升行业影响。

(程杰 毕剑)