

### 新沂邵店镇: 板栗飘香 绘就美丽乡村图景



板栗是新沂市邵店镇沐河村名特产品,是全国板栗重点产区之一,已有数百年历史。邵店镇被称为“中国板栗第一镇”,2013年4月15日,农业部正式批准对“邵店板栗”实施农产品地理标志登记保护。

沐河村,地处邵店镇的一方风水宝地,这里的自然条件堪称板栗生长的“天堂”。肥沃的土壤,适宜的气候以及充沛的水源,共同孕育出品质上乘的板栗,该村板栗种植面积达万亩。多年来,板栗种植一直是沐河村的传统产业,承载着村民们的希望与梦想。

“我们沐河村几乎家家户户都种板栗。这些老栗树都存活一百年以上了。”沐河村副主任兼二组组长马长军

指着沐河果园的古栗树告诉记者,板栗树喜欢生长在深厚、肥沃、排水良好、富含有机质的土壤中。而沐河村的沙土地正好满足了这些生长条件,板栗便在这片土地上扎下了根。从最初的零星几棵,到后来小规模种植,板栗渐渐成为了沐河村的重要物产。

古板栗树既可结果供食,亦可成荫供游,且材质优良,叶、花、果均可入药,经济寿命长,是高效益多功能的经济植物。据邵店镇便民服务中心刘军介绍,眼前这片沐河果园古栗群是该地区种植历史久远且保留较为完整的一片板栗树林。现存古板栗树 940 株,经国家林草局华东调查规划设计院调查确认,沐河果园 940 株古板栗树

树龄均在百年以上,其中最久的达 135 年。

将农业与旅游、文化有机结合,既丰富了乡村旅游的内涵,为游客提供更多的旅游选择,又推动了当地旅游业的发展,有助于实现乡村振兴战略。“每年 5 月栗花绽放,游客可以漫步在古栗园中,欣赏漫山遍野的栗花。古栗树枝干盘根错节、造型各异,构成了一道独特的自然景观。此外,人们还可以在古栗园进行骑行、摄影、露营、拓展训练、亲子游戏等活动,享受丰富多彩的乡村旅游乐趣。”刘军说道。

据了解,整个邵店镇年产量约 3000 吨,沐河村就占了 1200 吨。“我家种植了 4 亩田的板栗,大、小栗子树加起来大概有 200 来棵,每亩收入在 4000 元左右,平时只有我们老两口在家。从有记忆起,每到板栗成熟的季节,我的任务就是每天和家人一起打栗子,到我这已是第五代了。”马长军告诉记者,如今,村里年轻人大多在外打工,只有老人、孩子守护着这些栗子树,好在栗子种下去也不用多操心,一年中只需打几次药、上点肥,一年种植百年受益。栗子收获期大概有一个月,每年 9 月 10 号前后,村里的年轻人就会纷纷从各自打工的城市赶回来,抓紧时间抢收果子。

随着时代的发展,沐河村的板栗产业在传承中迎来了新的机遇与挑战。为了提升板栗品质和产量,近年来,邵店镇积极与农业科研机构合作,对沐河村 20 亩示范田进行板栗良种科学嫁接。专家们深入果园,手把

手教村民们运用先进的种植技术,从板栗树的修剪技巧,到科学合理的施肥方案,再到绿色环保的病虫害防治措施,每一个环节都严格把控。同时,扩大种植面积,并引进名优品种,改善种植模式,提高产量。

随着产量的提高,销售渠道的拓展成为了产业发展的关键。“我们村里的板栗多,南京以及周边宿迁、沭阳、新沂这一块糖炒板栗,却没有一家深加工企业,我们只能赚板栗初加工的钱,因深加工所需的设备就是一大笔投资。目前沐河村已整理好 30 亩地,准备进行招商引资。这也是我们村民比较盼望的事情。另外有村民打算在沐河果园周边做民宿,已经开始改造。”

“农产品能不能卖出好价钱是直接关系到村民们个人利益的大事,合理的收购价格能极大调动村民们的生产积极性。所以镇里首先要做的是稳定市场收购价格,打破垄断,让老百姓的利益最大化,让农民成为真正的受益者。”邵店镇党委书记周坡表示,“为保证邵店板栗的品质,镇里准备加强品牌建设和源头管控。对内进行资源整合,对外拓展销路,考虑以‘传统渠道+电商渠道+订单农业’的模式,依托优势资源,把邵店板栗做大做强。”

(魏静 忽艳)



本报记者 汪宏胜 王若卉

### 昆山周庄: 古镇演绎新故事

江苏昆山周庄,被称为“中国第一水乡”,是中国发展旅游最早、也是最成功的旅游景区之一。近年来,周庄坚持传承保护、创新突破,不断提升江南文化内涵和古镇旅游品质,这座拥有千年历史的江南古镇,正以崭新的姿态演绎着新的故事。

文旅融合,新业态层出不穷

今年 6 月,大型沉浸式多维空间剧《只此周庄》炫彩启幕,首次应用 3D 环形巨幕等方式,打破传统戏剧和舞台表现形式,将宋代美学与多维科技创意融合,为观众带来了前所未有的沉浸式视听体验。

“没想到戏剧还可以这么酷炫,这么新潮!”从“看戏人”成为“人戏者”,“00 后”吴女士感叹《只此周庄》颠覆了她对传统戏剧的固有印象,“几十分钟的游览很有代入感,仿佛让人穿越时空,做了一场江南梦。”

顺应消费升级趋势,今年以来,周庄加速培育文旅融合的新业态、新场景、新模式,打造了一系列具有“现象级”影响力的旅游品牌。中秋佳节期间,周庄灯区创新性应用数字融合手法与元宇宙玩法,构建潮玩水乡夜游新体验,将宋韵国潮元素巧妙融入文旅消费场景,为“夜周庄”国家级夜间文旅消费区注入了新的活力。国庆长假,周庄再次发力,推出融合本土文化与戏曲艺术的“戏游周庄”系列活动,成功破解文旅融合“流量密码”,#戏游周庄 微博话题阅读量增长超 6000 万次,总阅读量达到了惊人的 1.4 亿次。

此外,周庄积极建设“数字周庄”景区智慧综合管理平台,打造“探秘周庄”景区数字剧本游等旅游与数字科技融合项目,充分展现周庄水乡文化特质和古典与现代相融合的新业态。

数字赋能,引领影视新潮流

当影视与数字相遇,周庄数字梦工厂借“数”腾飞、“云”而上,成为华东地区规模最大的数字影棚之一。这里,见证了电视剧《清明上河图密码》、综艺节目《刚好听的歌》《这!就是街舞》等作品的诞生,江南文化的魅力在数字宇宙中演绎得淋漓尽致,周庄数字梦工厂也一跃成为新晋打卡地。

今年苏州文化创意设计产业交易博览会上,“跨越千年”AI 短视频惊艳亮相。这部由周庄数字梦工厂内容策划,周庄梦工场“AI 数字创新中心”制作剪辑的 AI 短片,生动再现了苏州的四位代表性历史人物,让他们穿越时空,与现代观众展开了一场跨越千年的心灵对话。不仅是对苏州文化的深情致敬,更是 AI 技术在文旅领域的一次创新应用。

周庄积极探索“旅游+影视”融合发展新模式。今年 9 月,首届“双桥双”微短剧大赛正式启动,周庄抢抓产业机遇,充分发挥“中国第一水乡”的人文景观优势和周庄数字梦工厂的影视资源,打造微短剧交流与创作的平台。“为一部剧,赴一座城”,引领文旅新业态。

提质发力,文化传承焕新

周庄,作为首批中国历史文化名镇,自 1996 年起,便成立了申遗小组与古镇保护委员会,自此在“申遗”道路上不断探索。

今年 10 月,江南水乡古镇申报世界文化遗产工作推进会在周庄隆重举行。在此之前,周庄已连续多年举办“中国名镇名村周庄论坛”,围绕古镇申遗工作开展研究和讨论。周庄全力擦亮“中国第一水乡”的金字招牌,为江南水乡古镇申报世界文化遗产贡献周庄智慧和样板。同时,周庄积极推进周庄阿婆茶习俗等本土非遗项目申报,加强非遗技艺宣传推广,融入现代科技拓展文创周边,活态传承江南坊间文化和匠作技艺。

周庄深度挖掘江南文化基因,加强历史文化遗产的传承保护和活化利用。今年,除常态化呈现的“文化街”店铺改造提升外,周庄还修复了三毛茶楼,引进“三毛书店”新业态,持续擦亮文化地标,推动古镇传承焕新。春节、“五一”、中秋、国庆期间周庄游人如织,十余次荣登央视镜头。今年 9 月,周庄古镇入选昆山外事参观点。

周庄始终坚持把维护和发展人民群众的根本利益作为工作的出发点和落脚点,积极开展深入调查研究,问需问计于民。帮扶慰问困难群众,发放救助金、慰问金。开展“春风行动”就业招聘专场会,共有 26 家企业提供 427 个就业岗位;通过“水乡周庄”政务公众号累计发布招聘信息 92 条,提供各类岗位 2589 个。在最新公布的 2024 年全国千强镇名单中,位居第 311 位,较 2023 年排名又上升 23 位。

活的遗存,美的体验。近年来周庄坚持守正创新,主动融入和服务新发展格局,吸引着越来越多的游客前来感受这座江南古镇的独特韵味。该镇持续传承弘扬新时代“昆山之路”精神,在新征程上聚力描绘“中国式现代化”的周庄新图景。

### 波司登发布 ESG 战略及碳目标 助力全球气候治理

日前,第 29 届《联合国气候变化框架公约》缔约方大会(COP29)在阿塞拜疆(Azerbaijan)首都巴库(Baku)举行。这场聚焦全球气候变化的盛会,吸引着世界各国的目光,也为企业践行可持续发展理念搭建了广阔舞台。

11 月 12 日,共建绿色“一带一路”的全球企业暨首届亚布力可持续发展年会主题活动在巴库盛大举行。全国工商联纺织服装业商会理事长、波司登集团董事长兼总裁高德康以视频形式参加年会,发表了主题为《以消费者为导向,引领可持续时尚》的演讲,并发布波司登 ESG 战略及碳目标。波司登集团董事长兼办公室主任兼资本市场总监陈皓进行了现场解读与交流。

高德康表示,波司登以“碳达峰碳中和目标”为战略导向,以长期主义践行可持续时尚,加快推进绿色低碳转型,探索实践低碳生产模式和绿色消费模式,最大限度减少产品全生命周期内对环境和社会的负面影响,将可持续发展理念融入整个时尚行业共创可持续未来。

今年以来,波司登发布“1+3+X” ESG 战略框架及管控架构,沿着企业价值链统筹 ESG 工作,将 ESG 理念全面融入企业战略与发展实践。并且确

立了“以消费者为导向,引领可持续时尚”的 ESG 战略愿景,设定了“2038 年前实现运营环节净零排放”的碳目标,为企业的可持续发展规划了明确的减碳路径。波司登把联合国可持续发展目标(SDGs)融入 ESG 管理实践,在产品先锋、自然向好、以人为本等重点领域推动企业管治和践行行动稳健致远,并逐步把可持续发展理念融入企业经营全过程和更多的利益相关方,构筑品牌可持续时尚能力和开放创新生态。

在产品创新方面,波司登注重环保和可持续发展理念,将科技与时尚完美融合,为全球消费者提供优质、健康、绿色、安全的产品及服务。从轻薄羽绒服的革新,到高鹅绒三合一冲锋衣羽绒服的推出,再到防晒衣 2.0 时代的开启,波司登的每一次创新都为消费者带来全新体验。波司登严格管控供应商化学品,从源头上杜绝有毒有害物质,不断优化产品质量控制,确保每一件产品都能达到高品质标准。

波司登将减碳理念贯彻于全价值链环节。从负责任原材料采购,到制造过程中的节能减排,再到物流运输的优化,协同推进产业绿色低碳转型,打造可持续时尚社区,培育高质量发展新动能和新优势。其对核心



产品进行碳足迹认证,参与研发创新多类生物基面料,建设光伏发电设施,制定供应商可再生能源提升目标。今年,更是启动阿拉善碳中和(四期)工程,为阻止沙漠化、保护生态环境贡献力量。

此外,在推动全球气候治理的进程中,波司登积极履行社会责任公共治理,参与行业围绕可持续发展、碳达峰碳中和目标开展的应对全球气候变化、协同创新、能源治理等共同行动。参加联合国可持续发展目标峰会官方边

会并首批签署发布“工商界在行动-可持续发展共识”倡议,加入中国纺织工业联合会发起的“时尚气候创新 30 60 碳中和加速计划”,携手中国羽绒工业协会发布《迈向净零排放:羽绒服行业高质量低碳转型路径研究》报告。

应对气候变化,功在当代、利在千秋。波司登坚持以联合国可持续发展目标为方向,发挥品牌引领作用和绿色先行责任,加快发展新质生产力,打造世界一流企业和全球领先品牌。

(姚佳琪)

### 老船工刘永生: 37 年坚守 用行动诠释“大爱无疆”

在江苏盐城市建湖县,有一位名叫刘永生的 73 岁老船工,他的名字如今被越来越多的人所熟知。37 年来,“江苏好人”刘永生和家人精心抚养着一名被拐的先天性脑瘫男童,用实际行动诠释着善良与担当,传递着温暖与力量。

临时托付,开启爱的旅程

1987 年 10 月,建湖县公安局水上派出所破获一起拐卖儿童案件,解救出一名男童。因无人看护,时任派出所所长王正扬立即想到县航运公司职工刘永生、杨为菊夫妻。这对夫妻时年均为 38 岁,平时工作勤恳,乐于助人。于是所里便将男童托付给刘永生、杨为菊夫妇抚养,待破案后再转交其亲生父母。

刘永生、杨为菊夫妻二人接到消息后来派出所,二话没说,就将孩子抱回家。杨为菊抱起孩子心疼地说道:

“这孩子命苦,这么小的年纪就离开了父母,我们一定要把孩子缺失的爱给补上。”当天给孩子洗澡时,夫妻俩发现孩子不会说话,而且身体有些异样,胸部凹凸不平,食指不能弯曲。后经过多方求医,孩子被确诊为先天性脑瘫。刘永生夫妻俩得知后,非但没有嫌弃,反而更加小心呵护孩子。

精心呵护,无血缘胜似亲人

一年后,拐卖儿童的犯罪分子服法进了监狱,公安机关虽下了很大功夫,明确专人专案调查,却始终未能找到孩子亲生父母。1988 年 12 月底,公安人员来到刘家,征求全家人意见。家里人异口同声地表示:“我们虽收入不高,但够用,只要有我们一口,就不会饿着孩子。一年多的相处,我们与孩子已建立起感情,这孩子很可怜,没有爹娘,

身体又残疾,实在不忍心将他送走。”公安机关再三征求意见,最后同意孩子留在刘家,并帮他申报了户口,取名刘军。

在这个温暖的家庭里,刘军慢慢长大。“平时省吃俭用,好不容易存下的一点积蓄,为给刘军治病,全部花光了。钱是身外之物,用完可以再挣,只要把他的病治好,一切都值得。”刘永生说。左邻右舍的邻居们说刘永生、杨为菊对待刘军,不是亲生胜似亲生。如果不是他们的精心照料,刘军早就没命了。

三代接力,爱的美德薪火相传

随着时间的推移,刘永生和杨为菊夫妇逐渐年迈,照顾刘军变得越来越力不从心。于是,他们把照顾刘军的重任交给了女儿刘芹。刘芹,这个仅比刘军年长 9 岁的姐姐,丝毫没有推辞,毅然决

然地肩负起了照顾弟弟的重任。在刘芹无微不至的关怀与照料下,刘军的生活尽管面临诸多挑战,却依然在阳光与温暖的环境中幸福地成长起来。

如今,好家风又传到了第三代。刘芹的女儿葛梓轩今年 18 岁,品学兼优。从小就对舅舅刘军特别尊重照顾。刘军虽患脑瘫,不会说话,但每次见到外甥女葛梓轩回来,总会咧开嘴笑个不停,还从嘴里冒出两个让人勉强听懂的字:“宝宝!”

刘永生一家克服经济困难,倾尽全力为刘军提供了最好的照顾。从最初的求医问药,到数次意外后的紧急救治,再到日常生活的点滴关怀,刘永生的爱如同航标灯,照亮了刘军前行的道路。他们的故事,是对“大爱无疆”最生动的诠释,也是对社会正能量的有力传递。

(李嘉树)

### 中国石化江苏南京石油分公司 助力南京马拉松 共燃运动激情

日前,南京马拉松成功举办。来自五湖四海的马拉松爱好者齐聚于此。为确保 2024 南京马拉松高质量进行,中国石化江苏南京石油分公司(下文简称“南京公司”)选拔了 40 名青年志愿者投入到马拉松博览会和赛事当天的服务中,朝气蓬勃的身影成为南京马拉松的闪亮名片。

服务马博会,传递品牌温度。11 月 14 日-11 月 16 日,作为本次南马的赞助商之一,“爱跑 98”在南京马拉松博览会“盛装”亮相。以秦淮景致的白墙黛瓦为灵感,融入“爱跑 98”品牌元素,传递“为爱奔跑、洁净所能”的品牌理念。

南京公司 17 名青年志愿者按照统一部署,在现场做好统筹非赛道表演对接、员工出行餐饮、加油卡现场办理、商品陈列、视频拍摄、提前通知参赛人员及发放参赛包等工作,为参赛者和游客做好服务。

展区现场设置了加油机拍照、套圈、滚铁环等游戏互动环节,更有“糖画”“剪纸”等非项目,吸引了众多跑友和游客驻足打

卡。志愿者们通过引导客户关注“中国石化江苏客户服务中心”公众号参与游戏互动,以此宣传中国石化爱跑 98 号高性能品牌燃油,使“爱跑 X-Power”品牌深入人心,三天马博会关注公众人数超万。

保障南马赛事,共绘运动盛景。南京马拉松的赛道串联起城市的繁华与自然,也见证了“爱跑 X-POWER”与跑者们的努力与拼搏。南京公司在马拉松必经站“永济大道加油站”设置了加油助威点位,永济大道点位距离马拉松终点只有最后的 5 公里,现场志愿者用活力与激情为每一位跑者加油鼓劲。在终点“爱跑 98”主题展台,更设置了补给休息区、拍照打卡区等吸引众多参赛选手和观赛爱好者前来合影、交流。

在此次马拉松志愿服务项目中,南京石油细致统筹、全力以赴,保障赛事圆满举办。40 名志愿者用实际行动投身于社会服务,诠释了石化青年的使命担当与奉献精神,向社会传递了温暖与力量。

(徐海啸 郁敏洁)