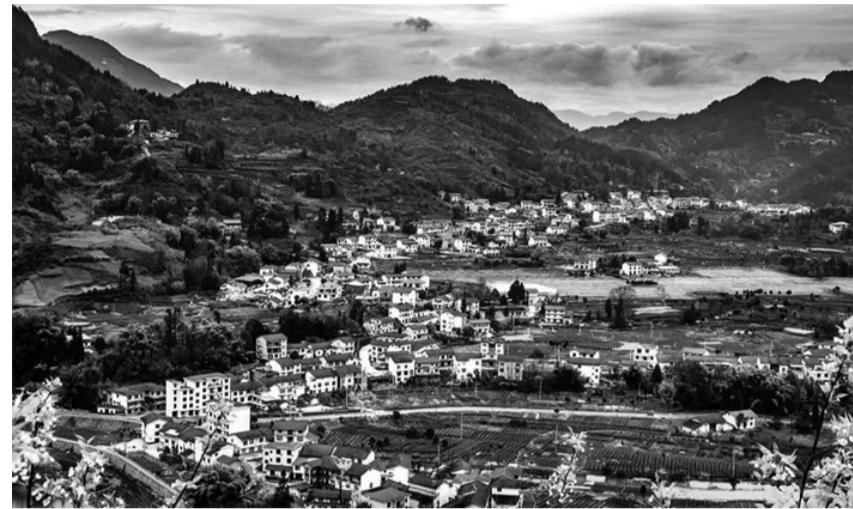


湖北恩施魔子渡村:乡村新韵 致富长卷



长卷里绚烂绽放。

环境好了,心情美了,邻里关系也亲了,大家共同商议,将官渡河组22户院落起名为“亲和小院”。

“房前屋后自己管、户外区域就接管、公共场所轮值管、邻里之间互助管”的“四管”模式是“亲和小院”的文明公约。2022年,“亲和小院”被评为恩施市“最美院落”。

“他们搞得好,我们也一定行。”溪美小院,团结小院相继诞生,村民们在共建共治中共享成果。

“村里搞发展,不单单是村干部的事,也是我们大家伙儿的事,必须支持。”村民冉述慈为公路修建拆掉铺子,为院落改造、河道改造让地。

亲和小院村民代表莫自红,将积分银行开在自己家中,用米油等物资兑换村民参与治理的“文明积分”。

村民们14年如一日,每月自觉缴纳100元垃圾清理费,共同守护村庄整洁。

亲和小院里,沈德枢革命事迹陈列馆修葺一新,不时有游客进出参观;茶余饭后,5公里沿河栈道上,村民们结伴而行,闲庭信步;百姓大舞台上、屋前场坝上,村民们结束一天的劳作聚在一起,伴随着夜幕跳起广场舞;老百姓自发让地修建的7公里旅游新线上,小汽车、小货车、游客自驾车、旅游大巴车川流不息……魔子渡村人流量、收入均翻3番。

产业为纸 铺展致富长卷

6月10日,魔子渡漂流景区迎来“首漂”,游客们乘舟劈波,纵享夏日清凉,日均接待游客500多人,日营收5万余元。

不远处的鱼鳞坝,层层叠叠的水台

与波光粼粼的河面相映成趣,五彩帐篷点缀其间,露营基地烟火缭绕,成为游客享受山乡野趣的好去处。

蔬菜大棚内,黄瓜、西红柿等各种蔬菜长势喜人,绿意盎然。村民们在家门口务工,运输车穿梭往来,游客们体验采摘乐趣。

近年来,魔子渡村围绕“农旅+红旅+文旅”,大力发展三产融合示范区,4500亩茶园、500亩现代蔬菜产业园、300亩精品果园等产业蓬勃发展,成为带动村民致富的强大引擎。

“回乡创业就是想为家乡发展出一份力。”返乡能人王祥平2016年成立恩施玖泽昌旅游开发有限公司,村集体经济公司占股5%。

2018年,王祥平开发魔子渡漂流景区。景区自建成以来,累计吸引游客约30万人次,旺季日均游客接待量600人次,20家民宿、农家乐应运而生。

在魔子渡漂流景区入口处,村民温雨涵将路边的小作坊改造成“涵涵甜水铺”。24岁的李钰蓉刚大学毕业就回到魔子渡漂流景区工作,看见家乡的发展,由衷地自豪。

溶洞漂流区、度假康养区、生态农业区构成魔子渡“一轴一廊一核三区”版图。11家企业落地生根,30家合作社织成产销网,鱼菜共养的智慧农业与红旅、文旅的故事线交织。

魔子渡村党支部书记唐和算过一笔账,近3年来,36万游客踏访魔子渡,让村民的“旅游饭”越吃越香,更让茶园、菜园、果园成了挂在山水间的“活存折”。

当党建红、生态绿、产业金在鄂西群山中交融,魔子渡村的致富长卷正以更鲜活的姿态徐徐铺展。(新华网)

绿水青山交相辉映,民居庭院别具特色,田畴阡陌瓜果飘香,柏油马路平坦整洁,乡风民情和谐淳朴……近年来,湖北省恩施市白杨坪镇魔子渡村以智慧为墨、汗水为笔,在鄂西群山中勾勒出新时代致富长卷。

党建为笔 勾勒村落肌理

魔子渡村地处盆地,四面环山,素有“天府魔子渡,乐养山水间”之美誉,辖有11个村民小组,1550户人家,5285位村民,设两个党支部、83名党员。

多年来,村支两委、驻村工作队持之以恒做一件事——开展人居环境整治和生态修复,守护魔子渡村一抹青绿。

2012至2015年,1000户特色民居在“青瓦白墙木门窗”的蓝图下焕新,为村庄美丽蜕变埋下伏笔。

2021年,中央彩票专项资金为魔子渡村革命老区建设送来东风,官渡河组22户院落率先成为示范点。

地方金融

江苏赣榆农商行多措并举强化信用风险管控

江苏赣榆农商行深入贯彻落实江苏省农商联合银行全面风险管理指导意见,以提升风险管理能力、巩固资产质量为目标,多措并举防范化解风险,为区域金融稳定注入强劲动能。

夯实风险管理基础。加强机构画像及模型平台应用,创新实施“网点——客户经理——业务产品——金额段——行业”五维度动态评估机制。通过当季形成不良贷款、瑕疵贷款率、首贷逾期等核心指标,对各个网点进行

量化风险评级,并据此动态调整偏好与限额指标,从而实现“经验驱动”向“数据驱动”转型,有效提升风险精准度。

提升风险管理效能。完善岗位设置,优化信贷岗位分工,明确贷前调查、贷后管理、风险分类等各环节职责,形成前中后台高效协同的作业链条,确保风险防控无死角;利用客户经理信贷例会开展“政策解读+系统实操+责任贷款案例分析”三位一体培训,重点围绕消费贷款新规等政策解读、展业平台应

用、责任贷款案例分析等内容,通过现场演练强化风险防控能力,覆盖客户经理120余人次。

强化重点领域防控。开展大额贷款风险排查,对大额贷款及潜在风险客户重点监测,建立动态跟踪档案。通过实地走访、财务分析等方式及时掌握客户经营变化,提前制定应对预案;对风险预警客户分类管理,对暂时困难但有前景的客户,采取无还本续贷、纾困续贷、展期等帮扶措施;对高风险客户,加

快资产处置,减少损失。

深化风险专题研讨。建立“月度分析+专题研讨”常态化风险研判机制,行长及分管行长参会,条线总经理汇报的模式,聚焦重点领域风险管控。已围绕低龄客户准入风险、夫妻单签风险、展业平台漏洞等主题开展4次专题分析会,发出4份风险提示函,涵盖10个事项,并对提示函实行销号管理,确保风险防控措施落实到位。

未来,赣榆农商行将持续深化全面风险管理体系建设,以精细化、数字化、协同化的风控手段,筑牢金融安全底线。(汪牛)

江苏泗阳农商银行:“网格+金融”模式精准赋能乡村振兴

近年来,江苏泗阳农商银行立足县域经济发展,创新推出“网格+金融”服务模式,通过构建精细化、全覆盖的网格化服务体系,将金融服务深度融入乡村振兴战略,以实际行动践行普惠金融理念,为城乡居民和小微企业提供了“零距离”的金融服务支持。

为破解金融服务“最后一公里”难题,泗阳农商银行以地理区位和资源禀赋为基准,将全县划分为344个实体网格和129个虚拟网格,形成“人在网中

走,标在格中建”的立体化服务架构。通过“过程管理+结果导向”双维度考核机制,推动金融服务从传统“单一信贷”向“综合金融解决方案”转型。

该行副行长龚雪表示:“网格化划分不仅实现了物理覆盖,更通过动态管理确保服务精准触达。每个网格配备专属服务团队,定期走访更新客户需求,真正做到‘格格有服务、户户有档案’。”

依托自主研发的网格化精准营销系统,泗阳农商银行组建百余支“金融

服务员”队伍,深入开展“四区两员”专项行动。进社区、商区、园区、农区,覆盖全县4个街道、13个乡镇,重点对接专业市场、产业园区及种植养殖基地;走访公职人员与外出创业群体,建立外出务工人员动态数据库,量身定制返乡创业金融产品。

目前,该行居民信息采集覆盖率已达85%,通过“进村入户、进商户铺”的常态化走访,已为3.2万户农户建立信用档案,向小微企业发放贷款12.8亿

元。为确保网格服务“做深做透”,该行创新推出“每月一场金融夜校”“每周一次批量营销”“每季一轮重点客群攻坚”“全年持续产品宣传”“四个一”标准化动作。

泗阳农商银行董事长李杨说:“网格化服务不是简单的‘划片包干’,而是要通过‘网格化+大数据+铁脚板’构建长效机制。未来我们将继续深化‘政银企’合作,让金融活水精准灌溉乡村产业、人才、生态各个领域。”(戴萌)

乡村教师队伍建设的数字化转型路径探索

在数字经济与教育现代化深度融合的背景下,教育领域的数字化转型正以前所未有的速度重塑乡村教师发展生态。2025年国家教育新政明确提出,要“以数字化赋能教师队伍建设,构建适应乡村振兴需求的人才培养新机制”。这一政策导向不仅为乡村教育振兴指明了方向,更在实践层面催生出一系列创新性探索。从湘西土家族苗族自治州的“云端教研”到洞庭湖地区的“AI导师进课堂”,数字化技术正在突破地域限制,为乡村教师发展注入新动能。

数字化重构乡村教师发展新图景。5G技术的全面覆盖使教育资源的时空分布发生根本性变革。在武陵山片区,乡村教师通过“国家中小学智慧教育平台”可实时观摩北京、上海名校的示范课程,教学观摩频率从每月0.8次提升至3.5次。模块化学习体系的应用更带来个性化发展可能:湘潭市试点“微证书”认证体系,将教师能力分解为教学设计、数字工具应用等12个模块,教师可根据需求自主组合学习路径。值得关注的是,虚拟现实技术的深度应用正在改变传统教研模式。郴州市建设的“VR教研中心”,通过三维建模技术复刻优质课堂场景,乡村教师沉浸式参与率已达72%,教学反思深度提升40%。政策层面的创新为

数字化转型提供了制度保障。2025年推行的“学分银行”制度,打通了非学历教育成果与职称评定的转换通道,浏阳市试点显示教师继续教育参与率同比提升65%。“银龄讲学”计划通过数字化平台实现“候鸟式”智力支援,长沙市退休特级教师与湘江两岸乡村教师结成1200对“云师徒”,形成跨省际的专业发展共同体。

全球视野下的本土化实践创新。国际经验为破解发展难题提供了重要参考。芬兰的“教师专业学习社区”模式在张家口市的本土化改造中,形成了“四维互助”机制——跨校教研、城乡结对、学科融合、代际传承,使教师协作频率提升2.8倍。新加坡的“教师成长模型”在株洲市的实践中,将职业生涯划分为适应期、发展期、成熟期、引领期和辐射期,配套差异化的数字资源包,新手教师成长周期缩短了30%。本土智慧的创造性转化同样值得关注。湘江两岸实施的“数字画像”工程,通过采集教师300余个能力数据点,构建个性化发展指数模型,使培训精准度提升至82%。“双师课堂”的湖南模式更是独具特色:通过5G同步课堂系统,城市名师与乡村教师组成“教学共同体”,在永州市的实践中,这种模式使乡村教师教学设计能力提升37%,学生课堂参与度提高45%。

面向未来战略选择与路径优化。深化乡村教师数字化发展,需要系统推

进三大战略工程。首要任务是构建“数字基座新生态”,整合AI教研助手、区块链学分认证等技术,打造智能化的教师发展支持系统。在岳阳的试点中,“虚拟教研室”已实现跨区域集体备课、协同科研,教研效率提升60%。其次是创新投入机制,建议设立“乡村振兴教师发展专项基金”,建立“需求导向—精准投放—效益评估”的闭环管理体系。最后必须深化制度变革,推动“县管校聘”改革与数字化发展的深度融合,建立教师流动的“数字档案”,实现人力资源的优化配置。某自治州的实践提供了有益启示:

通过将教师在线研修数据、数字教学成果等纳入评价体系,形成了“能力增值”为导向的发展模式,使教师专业发展投入产出比提升至1:5.3。这种变革表明,数字化转型不仅是技术升级,更是教育治理体系的深刻革命。在乡村振兴与教育现代化同频共振的新时代,乡村教师队伍的数字化转型已成为不可逆转的历史潮流。这既是破解城乡教育差距的关键抓手,更是培育乡村振兴人才引擎的战略选择。当数字技术深度嵌入教师发展全过程,当制度创新持续释放人才活力,乡村教育必将迎来从“领跑”到“质变飞跃”,为农业农村现代化筑牢人才基石。未来的探索中,需要持续深化“技术赋能”与“制度重构”的双轮驱动,在数字化转型的浪潮中书写乡村教育振兴的时代答卷。(罗碧琼)



本报讯(记者邵磊)七月的骄阳,映照着鸿义国际集团总部的庆典现场。2025年7月23日,鸿义国际集团迎来了十六周年的庆典,集团领导、全体员工代表、长期合作的伙伴以及特邀嘉宾齐聚一堂,在鲜花簇拥、掌声雷动的氛围中,共同见证了这一凝聚力量、承前启后的荣耀时刻。

庆典在庄严而激昂的集团之歌中拉开序幕。主持人向大家介绍了鸿义集团从当初两个人创业的筚路蓝缕,到如今枝繁叶茂的非凡历程。十六年,在历史长河中或许短暂,但对鸿义而言,却是一部由无数员工汗水与智慧共同谱写的壮丽长卷。董事长彭鸿义深情地说:“在复杂多变的市场环境中,鸿义人凭借‘诚信、创新、协作、担当’的核心价值观,不仅实现了业务规模的稳健增长,更在乡村振兴、三产融合、绿色科技转型、数字化平台建设等关键领域取得了令人瞩目的突破性成就。”他代表集团,向每一位坚守岗位、默默奉献的鸿义员工,向始终给予信任与支持的合作伙伴及各界朋友,表达了最诚挚的谢意。

江苏省保健养生业协会会长汪志祥向与会者介绍了鸿义过去一年乃至十六年发展历程中的亮眼成绩单。据介绍,鸿义集团累计向社会捐款捐物近2000万元,先后资助近千名贫困山区儿童、帮助孤寡老人千余人,在业界赢得了良好口碑和高度赞扬,特别是脱贫攻坚期间被安徽省人民政府评为脱贫攻坚先进单位。

2025年“3·15”期间,在上海、江苏四省一市行业协会联合组织开展“2025长三角营养保健行业‘共筑满意消费’百企千店行动”活动中,鸿义集团公开倡议承诺七天无理由退货,有效保护消费者合法权益,切实肩负起消费维权的行业社会责任。

庆典活动中,鸿义集团忠实用户分享了和鸿义国际结缘的故事,鸿义集团员工代表在全场雷鸣般的掌声中走上舞台,接受属于他们的鲜花、奖杯与荣耀。他们中有扎根一线的技术专家,有开疆拓土的销售精英,有默默保障的后勤骨干……每一位获奖者身上,都闪耀着鸿义精神最动人的光芒。他们的故事,是鸿义十六年砥砺前行最生动的注脚,也深深激励着在场的每一个人。庆典活动上鸿义集团还与江南大学健康食品与营养安全联合研究中心举行了签约仪式。

江苏省兴化市市场监管局:

打造“食物驿站”倡导健康消费

日前,在江苏省兴化市市场监管局的指导下和推动下,该市成立了一家肯德基“食物驿站”。“食物驿站”主要是收集餐厅内“已过最佳赏味期但仍在保质期内”的余量食物,通过分装和规范储存后,免费提供给有需要的群体。

“食物驿站”围绕四个重点步骤进行运作。一是科学分装与储存。余量食物收集后,统一使用密封袋分装,标注存入日期、食用指引等关键信息。食品需经过规范冷冻处理,确保安全性和可保存性。

二是不定时投放。每天根据余量食物数量灵活多次发放,避免“跑空”,也避

免二次浪费。

三是提醒食用注意事项。所有余量食物需重新加热后方可食用;食物需在领取当天食用完毕,且仅可复热一次,避免反复加热影响品质。

四是免费领取,按需取用。驿站对所有人开放,免费自取,倡导大家按需领取,让爱传递得更广。

下一步,兴化市市场监管局将号召更多食品经营企业借鉴食物驿站模式,探索适合自身的反食品浪费举措。同时,加大监督检查频次和力度,切实保障广大消费者的食品消费安全。

(苏监)

“问与答”广告构建创意引擎 探索务实革新

在快速更迭的广告行业,能够长期保持稳定战略方向与执行力是一个企业的重中之重。上海问与答营销策划有限公司(以下简称“问与答”)创始人兼执行创意总监赵志龙带领团队不断拓展营销边界,在项目实战中积累影响力。

2021年4月,“问与答”正式成立,该企业强调,传播要服务于品牌战略,每一个品牌,每一个产品,在不同时期不同市场环境下,遇到的问题各不相同,找到品牌产品的真正问题,才能提出最有效的传播解决方案。

在众多项目中,舒适达“小敏问题大,立刻舒适达”整合传播,是“问与答”近年来最具代表性的品牌翻身战之一。在市场调研中,赵志龙团队发现抗敏感牙膏市场的增长乏力,主要原因是绝大多数牙敏感人群,都是轻微牙敏感者,他们对牙敏感的长期危害性认知不足,对“小酸小痛小刺激”这一类过性牙敏感完全不在乎。而这一类轻微牙敏感人群,要占到整个牙敏感人群的70%,换句话说,有70%

的牙敏感潜在消费者并未被激活。对此,“问与答”连续两年打造了“小敏问题大,立刻舒适达”的品牌传播campaign,以“牙小敏”这一拟人角色唤起大众对轻微牙敏感的认知,通过“全国寻找牙小敏”等机制扩大参与度,拉近品牌与消费者的距离。不断强化小酸小痛小刺激,不管不顾就会发展成大问题,来警醒轻微牙敏感人群,加强他们对牙敏感的认知与重视。该项目唤醒了潜在用户需求,帮助舒适达品牌夯实实在抗敏感牙膏领域的领导地位,并实现连续两年销量的高速增长。

“问与答”创始人赵志龙认为,“创意必须解决问题”,他鼓励创意人不仅要具备独立思考能力,还要有解决问题的实战意识,让创意真正为生意服务。在“问与答”的团队中,所有人都要兼顾策略思考与创意执行。这种“发现真正问题,找到正确解决方案”的公司理念,让“问与答”即便面对大型整合项目,也能回到传播原点,以更灵活更高效更务实的方式,为客户创造价值。(丁文)