

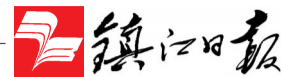
2022年9月 星期五 23日

壬寅年八月廿八

第571期

镇江周刊

ZHENJIANGDAILY
镇江报业传媒集团出版



Tel:0511-85010056
本报网址: http://www.jszw.com.cn

暑去秋来,即将迎来收获的季节,在我市乡村广袤的大地上,有这样一群人,他们曾经是军人,把宝贵的青春献给了国防事业。

脱下军装后,他们以军人特有的干练和活力,积极响应乡村振兴战略的号召,以实际行动带领和影响身边的父老乡亲,一起走在脱贫致富的康庄大道上。



希望田野上的绿色风景线

——走近为乡村振兴而奋斗的退役军人群体

本报记者 谢勇 本报通讯员 石峰

兵老板,返乡创业以就业解民忧

走进怡辰集团总部大门,首先映入眼帘的是企业管理精神:“团结、紧张、活泼、严肃,首战用我、用我必胜”。作为曾经服役20多年的老兵,怡辰集团董事长姚焕,带领着一批曾经的战友,从无到有白手起家,创建起拥有5个子公司8个分公司,注册资金1个亿,员工3100多人的综合性服务管理企业。

谈及创业过程,董事长姚策颇为感慨。当年,在原二炮部队服役多年的姚策,以副团职军官的身份转业回了句容老家,安置在公安局。一次偶然的机会,姚策得知自己当年的战友郭海安退伍回家在家务农,和爱人一起租房子住,还在路边卖凉皮赚钱养家,生活十分艰难。

“一定要想法子帮帮自己的战友!”姚策毅然辞职下海,带着一批退役战友一起成立了“怡辰物业公司”,从别人不愿意干的脏活累活干起,逐渐做大做强,成为涉及保安、保洁、绿化、维修、家政、咨询、策划、垃圾分类等业务为一体的综合性服务管理企业。有了能力,姚

策第一时间派公司市场部人员和郭海安商量一起创业,为他提供30万元启动资金,帮助他在汉中成立分公司,在汉中战友的帮助下,郭海安顺利拿下属于自己的第一个项目。现在,汉中分公司已有六个在管项目,员工也已经达到300多人。

怡辰集团成立以来,一直有一个不成文的规定,就是优先录用退役军人,而且是量才录用。每一名进入怡辰集团的退役军人,姚策都是亲自面试,然后放到合适的岗位进行实习。对于能力突出的退役军人,破格安排至中层以上管理岗位。现在,怡辰集团80%以上的中层管理岗位是退役军人,全集团3100多名员工中,退役军人达211人。

在句容,像怡辰集团这样由退役军人创办的企业有114家的,在全镇,则有近600家。许许多多的退役军人将部队培养的“服从指挥、敢打硬仗”的顽强作风带到商海之中,涉及种植养殖、农产品加工、纺织品制造、酒店餐饮、园林绿化、工程机械、文化传媒等众多领域。

理先进集体,2017年被江苏省评为和谐社区,2017-2019年被评为句容市文明村,2018年被评为江苏省民主法治示范村。

像巫海峰这样深深扎根基层一线,在乡村振兴战场上带领群众奋斗的退役军人,村民们亲切地将他们称为“兵支书”。仅白兔镇15个行政村中,就有4个村是“兵支书”。

据不完全统计,截至2021年8月,全

镇江市村(社区)任职退役军人总数达到1031人,其中“兵支书”155人,两委成员918人,平均每村(社区)有1.25名退役军人担任重要岗位。句容市还实施了“退役军人储备干部制度”,拿出专门的指标定向招录退役军人并进行岗位培养锻炼,时机成熟就安排到乡村社区担任实职。润州区在招录村干部时,按照3:1的比例,专项招录退役士兵,鼓励有志于乡村振兴的退役士兵到基层一线建功立业。

兵专家,富民强村以创新惠乡邻

句容茅山大山口板栗,种植面积为3000多亩,年产量不低于25万公斤,年产值最少也有200万元。由于种种原因,村民们守着“金山”却饿着肚子。2018年,一个偶然的机会,退役军人王进来到了大门口,看着满枝板栗无人采摘,地上厚厚的板栗壳无人收拾,王进感到万分可惜。

深思熟虑后,王进毅然放弃城里的舒适生活,一头扎进了大门口,带领村民们成立“句容市茅山风景区大门口板栗种植专业合作社”。

创业的道路是艰辛的。第一年因为经验不足,收获的板栗全部生虫变质无法销售,价值20多万元的板栗全部就地掩埋。村民们开始打退堂鼓。面对困难,王进没有气馁。在反复实验之后,王进发现利用温度调节杀虫的方法获得成功,并申请了专利。

生虫难题解决了,村民们的积极性又回来了。2020年,新冠肺炎疫情的肆虐,板栗无法正常销售,王进自掏腰包将村民手中的板栗全部收购过来,将风险转嫁到自己身上,赢得了村民们发自内心的信任和尊重。

现在,王进的板栗合作社拥有资产总额近300万元,年产值达1000万元,产品也从单一的板栗种植延伸至鸡、鸭等经济型林下养殖项目,不仅带动了周边100余家农户脱贫致富,而且还为年纪较大的乡村留守老人免费提供蔬菜种苗供他们种植。

无独有偶,1995年出生的谢广胜年



种粮能手谢广胜



研究板栗的王进

纪不大,却已是句容小有名气的种粮能手了。2年的军旅生活结束后,谢广胜没有和其他战友一起去城里打工,而是选择回句容乡下当一个农民。

谢广胜这个农民不是传统意义上的“面朝黄土背朝天”。他勤学农机服务技术,扩展服务理念,短短几年时间,创办的胜强家庭农场从300亩土地拓展到20000多亩良田,将周边28个村的闲置土地全部加以流转利用,常年带动两三百人就业。一起创业的员工中有6名是和他一起参军的退役军人。

疫情期间,谢广胜在战友舒锦博的帮助下,搞起了电商,还手把手教村民做直播。电商销售模式让更多的农村创业者走上致富路。2019年谢广胜获得江苏省创新创业大赛一等奖、创新创业大赛最佳劳动就业奖金奖,2020年获市首届退役军人创新创业大赛特等奖、市农业农村局创新创业大赛一等奖、市十佳新型职业农民,2021年,谢广胜荣获“镇江市模范退役军人”称号。

聚是一团火,散是满天星。一名名退役军人犹如夜空中璀璨的群星,将自己的人生梦想和乡村振兴结合起来,不仅在个人事业上开辟出一个全新的天地,也在帮助父老乡亲就业脱贫、带动乡土经济发展起到了重要的作用。

(摄影 谢勇)

兵支书,扎根基层以实干促发展



巫海峰走访村民

军营的锻造,给了巫海峰强健的体魄、开阔的眼界、顽强的意志、务实的作风。

服役4年后,巫海峰回到地方,最初被分配到行香企业管理站担任副站长兼安全员。当时,一个乡镇只配备一名安全员,巫海峰深知自己责任重大。他不分严寒酷暑,无论黑夜白天,经常深入企业检查,发现安全隐患及时督促整改。有目共睹的成绩,让他多次被评为市、镇“先进个人”。

2000年,巫海峰被调到镇建管所担任副所长。当时的建管所财政赤字严重,员工工资发放困难,机制运转步履维艰。面对困境,巫海峰没有畏惧。在

全国优美乡镇的创建活动中,他身先士卒,带头对全镇的违法建筑和乱搭建进行整顿。每天起早贪黑,一遍一遍不厌其烦地讲解政策和法规,一趟一趟深入细致地做好群众工作。最终,在广大群众的支持下,为该镇创建全国优美乡镇立下了汗马功劳。

2013年8月,巫海峰又被调到太平村担任党总支书记。当时的太平村每年在全镇的考核中徘徊于后三名,各项事业停滞不前。巫海峰以身作则,以美丽乡村建设为突破口,带领太平村实现了巨大转变。太平村于2014-2016年被句容市政府评为文明村,2017-2018年被句容市政府评为社会治安综合治

这里曾是镇江繁华的商贸区

黄昏是……

大濼之行(上)



导读 DAODU

→10版

→11版

→12版



去盩山、看日出,扬州故事?镇江故事?

□ 华翔

在大家伙积极讨论如何讲好镇江故事的时候,无意之中,看到了一些故事,却不知道该如何将它们归于扬州故事,还是镇江故事。

这故事,在这个夏天曾经刷屏了很多人的朋友圈。刷刷“小红书”,你也能看到若干讲这故事的文字、图片。这故事,就叫“去盩山、看日出”。盩山,在镇江境内,这是无疑的;但故事中的人,却很多都是扬州人。后来才知道,这个夏天,“去盩山、看日出”已经成为众多扬州市民呼朋唤友一起出游的最具诱惑力的口号之一。甚至,有扬州网友“小胖在摇车”,一副盩山日出不过瘾,还要二刷;甚至,有扬州市自行车运动协会和仪征自行车运动协会联合组织骑行骑行盩山看日出。

本来也挺纳闷,怎么突然之间,扬州人来看盩山看日出成为一件热门的事儿。查了查资料,看了看网友的自述,才知道,原来,扬州多平原,且城区限高,所以,登高望远就成为扬州人在自家城市有些奢望的事儿。而盩山,是离扬州最近的一座长江下游的名山高峰,可鸟瞰江面红日跃升,可远眺城市天际线日出,再兼山色空蒙、林气怡人、云雾奔涌。于是,五峰山大桥通车之后,交通往来便利了,盩山、看日出,这件事我们镇江人并不在意的活动就成为扬州人竞相体验的美事儿。

遗憾的是,直到夏天过去了,这个get到消费者的需求欲望,这个极容易创造超级传播者和超级消费者,这个有着持续发展空间、持续想象空间、持续内容空间,这个本可以深入挖掘成最佳旅游IP的故事,依然还是扬州人自发的故事。于镇江,也只是偶见于镇江新区的民间网站、公众号小小的“傲娇”一下。

于是,想起了我们正在开展的“镇江故事如何讲好”的征文活动。讲好镇江故事,这是必须的。因为,高质量发展时代,城市软实力越发引起关注。而城市品牌作为城市软实力重要组成部分,早已脱离“吃老本”“口口相传”的原始阶段,越发依赖专业化、精细化的城市营销体系来进行全方位的系统性打造。但故事怎么讲,有门道。故事的内核,一定是镇江的,是我们这座城市独特的气质和文化,也就是“魂”与“神”。但再怎么“有料”,它依然需要一座桥梁,让故事走进外乡人的心里,更要能激起他们“走镇江”“到镇江”的行动;它还需要更多保障,让外乡人在镇江,行得方便,吃得惬意,玩得开心,甚至生起“再来一趟”乃至“留下来”的感觉。

但看了选登出来的征文,却总感觉有些缺失。我们还依然困于“镇江有好东西”的路径,还在幻想把老祖宗留下的东西翻出来抖落灰尘,四处吆喝一番就能重新赢得今人的青睐。那缺失正是,我们依然在忽略、忽视今人在想什么、要什么,我们的文旅产业业态依然停留在最初的那个阶段。于是,我们始终在困惑——为什么镇江资源这么多,文旅产业却就是发展不起来?

须知,现代旅游业发展,已然进化,必须是一面朝向过去,一面朝向未来。朝向过去,是传承历史文化,找出我这个地方与其他城市相比具有唯一性、排他性、权威性的自然、人文、传奇资源。但更重要的是朝向未来,将传统载体与创意内涵、创新业态有机融合,创造新的文化资产,用现代丰富多彩的时尚商业娱乐文化元素,让传统这棵古树长出新的有机枝叶。而这其中,最关键的一点,就是以客户需求为中心。事实上,“去盩山、看日出”已经自然出现,恰是这样可以深入挖掘与打造的点。

学习一下“智纲智库”文章《消费升级大潮下,新营销究竟如何做?》。文中写道:“新营销不同于旧营销时代的砸广告、做推销、搞促销,而是围绕新技术、新媒体、新人类、新需求,重新构建企业和消费者的链接关系与消费方式,从以商品和企业为主导转变成以客户为中心的新营销模式。它是一种润物细无声的姿态,却又能直击隐性消费痛点,抢占消费者心智,引起共鸣,形成长期的链接与依赖。”

真心希望,“去盩山、看日出”的扬州故事,能越讲越响,甚至,讲到更多那些有平原无高山的周边城市去。因为这盩山,终究在镇江;这故事,终究在镇江上演。

扫描二维码
关注公众号



镇江
品读

责编 谢勇 美编 谢勇 校对 章正英