

打造美丽乡村要善于“无中生有”

海客谈 | 阿培

眼下,日渐红火的乡村旅游让不少深藏闺中不为人知的乡村出了圈,越来越多的村民也因此走上了共富之路。一些至今门前冷落的乡村,在羡慕嫉妒的同时难免会“恨”自身禀赋不够,缺乏引人入胜的文物古迹、山水美景。不过,读了5月7日《舟山日报》的报道《觅林古树园里不断“长”出新业态》,相信很多村干部会有新的想法:打造美丽乡村要善于“无中生有”。

定海区白泉镇米林村原本集体经济基础薄弱,去年凭借近千株晚稻杨梅树集中移植的优势

建起觅林古树园,推出草坪婚礼、花田打卡、露营等项目,一年来游客接待量超过10万人次,村集体经营性收入228.6万元。今年,米林村被列入我市第三批和美乡村花园示范点村庄建设名单,一批新的餐饮、民宿业态正在聚拢。如此美丽蝶变,岂不是“无中生有”?

想想也是,真正“长”在风景名胜区的村庄能有几个?大多数乡村虽有原生态之美,但说不上超凡脱俗,要想引来大客流并不容易。这就像未经雕琢的璞玉,非得下一番苦功才能脱颖而出。与米林村相类似,定海区小沙街道光华村原本是名不见经传的小山村,几年前作为苗木种下的一

片樱花林意外成了“网红打卡地”。如今,精心打造的百亩樱花已成为“摇钱树”,每逢花期客流如潮,激活了赏樱花、品美食、逛集市,看表演的全新消费场景。

可见,成就美丽乡村既要靠“天帮忙”,又要靠“人努力”。舟山山海风光旖旎,乡村美景如画,再加上深厚的海洋文化底蕴,发展全域旅游具有得天独厚的优势。与此同时,仍有不少乡村未能进入全域旅游的拼图。是资源禀赋不够,还是创新创造不力?这无疑值得把脉问诊的。

米林村凭千株杨梅树“发迹”,光华村靠百亩樱花林“走红”,这样的“家底”称不上殷实。

就拿入选第二批全国乡村旅游重点村名单的新建村来说,也是在薄弱的基础上一步步干出来的,直至建成了声名远播的南洞艺谷。更多的乡村与其长吁短叹,倒不如苦练内功奋起直追,在“无中生有”中创造“美丽神话”。

每一个乡村都有各美其美的潜质,只要因材制宜彰显个性特色,量身定制营造消费场景,完全有望成为引人入胜的“网红打卡地”。关键是要迎合人们的休闲新需求、消费新潮流,用心打好环境优化、景观营造、业态植入、非遗传承、特产激活等组合拳,让美丽乡村产生“万有引力”。

校企合作催生县域新质生产力

海客谈 | 李海州

岱山县已有6家企业与高校共建产学研创新平台,覆盖船舶修造、新材料等战略性新兴产业,成为县域培育新质生产力的典型样本(据《舟舟新闻》5月10日报道)。笔者认为,这一现象既顺应国家倡导的创新驱动发展战略,又为提振县域经济发展提供了新思路。

创新是引领发展的第一动力,新质生产力已成为当前经济工作的核心方向。岱山的校企合作正是积极响应这一导向,通过搭建产学研平台,将高校的科研资源与企业的市场需求紧密结合,将高校的科研能力与县域特色产业相结合,

为创新发展提供了有力支撑。

县域经济发展往往面临产业结构单一、创新能力不足、人才匮乏等问题。传统“等靠要”的发展模式难以以为继,必须寻找新突破口。岱山的6家企业聚焦船舶修造、新材料、海洋工程等战略性新兴产业,与高校合作共建平台,有望突破这些发展瓶颈,推动产业升级,增强县域经济的竞争力。

校企合作并非新鲜事物,然而“高校成果转化难、企业需求难满足”的供需矛盾却长期存在。高校虽拥有丰富的科研成果与人才资源,却常面临转化难题;企业有市场需求和实践经验,却缺乏技术创新的能力。岱山的成功实践,

很大程度上得益于地方政府主动作为,扮演了精准匹配的“红娘”角色,具体做法经验值得学习。

其一,岱山县科技发展中心通过调研企业技术需求,定向对接高校科研团队,避免了校企“盲目相亲”。其二,政策设计注重实效。岱山不仅提供资金支持,更构建了“前段孵化+中端加速+后端落地”的全流程服务体系,这种“扶上马再送一程”的做法,显著提高了合作成功率。其三,创新人才联动机制。岱山推动企业高管担任高校“校外导师”,学生进入企业实践,形成“人才共育”闭环。

新质生产力之“新”,在于其基于新发展理念、新科技革命和

产业变革而形成的先进生产力。要使校企合作持续催生县域新质生产力,还需采取一系列举措。一要建立动态需求清单。政府定期征集企业技术需求,高校“揭榜挂帅”,确保研发与市场“零距离”。二要加大平台建设。支持更多企业与高校院所共建研发平台,为校企合作提供更广阔的空间。三要强化政策支持。政府持续优化相关政策,加大对校企合作项目的资金扶持、税收优惠力度,鼓励更多企业和高校参与合作。此外,还要注重人才培养与引进。通过校企合作的模式,培养本土创新人才,同时出台优惠政策,吸引更多高端人才投身县域经济建设。

期待新城建设多场景融合的免费乒乓球场

海客谈 | 薛晓波

近日,舟山市体育中心乒乓球馆开启试运营,免费开放的举措,吸引了不少市民前往体验。这一现象,直观反映出舟山市民对乒乓球运动的热爱,也凸显出公共运动场地供给不足的问题。

在定海,海山公园、长岗山公园的户外乒乓球场,从最初的寥寥几个球台,逐步发展为设施完善的运动区域。其多场景融合的特性,让市民们随时享受乒乓球运动的乐趣。相较之下,新城乒乓球场多设有一定的门槛,并且缺少多场景融合的场地,这无疑抑制了大众参与的积极性,影响了城市活力的激发。

值得注意的是,全国许多城市在打造开放式乒乓球场方面已取得显著成果。成都的社区乒乓球长廊,通过巧妙的景观化设计,将乒乓球运动与社区环境有机融合,不仅为居民提供了优质的运动场所,还吸引了大量年轻人参与,成为城市的“网红打卡点”。广州流花湖公园的乒乓球场地被茂密榕荫覆盖,形成“运动+自然”的独特场景。公园定期举办“流花杯”乒乓球赛,带动周边餐饮、零售店铺客流增长,通过“运动+生态+商业”多场景融合激活了城市活力。

新城完全可以借鉴这些成功经验,探索从“单一功能”到“多

元场景”的融合路径。比如,在梅花公园、翁浦公园开辟免费乒乓球场。同时,将乒乓球场与茶山滴水街等文化地标深度融合,打造“运动+文旅”的全新场景。这样一来,游客和市民在游览文化地标的过程中,能够随时参与乒乓球运动,感受运动与文化碰撞的独特魅力。

此外,政府可积极引入社会资本合作模式,在免费乒乓球场周边,增设咖啡吧、休憩区等消费场景。通过商业反哺公益,一方面为市民提供更丰富的配套服务,另一方面确保场地的维护和管理资金充足,实现可持续发展。如此,新城的免费乒乓球场,将不仅仅是运

动的场所,更会成为城市活力的聚集地,市民交流的新平台。

期待新城能够早日建成更多多场景融合的乒乓球场,让这片场地成为新城又一道亮丽风景,为市民健康生活与城市活力注入新动能。



本版署名文章不代表本报立场 每个人人都应有话筒,欢迎争鸣

远洋水产品 该为禁渔期“补”鲜

海客谈 | 小小

渔舟唱“鲜”,衢州有味;以鱼为“媒”,山呼海应。近日,由舟山市海洋经济发展和衢州市商务局联合主办的舟山远洋自捕水产品衢州推介活动火热上演,这也是今年舟山远洋自捕水产品全国专场推介的首站。来自远洋的美味广为传播,既能推广舟山产品,又能拉动各地消费,可谓皆大欢喜。

最近几年,我市在全国多地推介远洋自捕水产品,均取得了良好市场口碑。该下火锅的下火锅,该做烧烤的做烧烤,来自远洋的美味可以有不同。让远洋水产品嵌入不同的饮食习惯,适应不同的消费群体,有利于畅通国内大循环,为方兴未艾的远洋渔业开辟市场纵深。

当然,远洋自捕水产品“走”越远的同时,还得避免“墙内开花墙外香”。作为全国远洋渔业基地的舟山,首先得把来自远洋的美食端上本地市民的餐桌。这样一方面可以近水楼台先得月,让舟山老百姓抢“鲜”得

益,另一方面也有利于以舟山人的新吃法引领更大范围的新“食”尚。尤其是在禁渔期,更要发挥远洋水产品对“鱼篮子”的补充作用,让市民、游客尽享远洋鲜味。

只是,一些远洋水产品对于很多家庭来说还相对陌生,如不了解品类特性、不熟悉烹饪方法,不确定营养价值。这些背后都是饮食习惯的路径依赖和产品推广的系统性缺失。让来自远洋的美味走进千家万户,离不开有关部门的大力推介、名厨名店的积极示范。

因此,在开展舟山远洋自捕水产品全国专场推介的同时,有必要在“家门口”举办节庆、夜市等促消费活动,让市民、游客共享远洋盛宴。还可由餐饮协会在业内组织开展远洋菜品开发、厨艺比拼等活动,并以优惠政策鼓励餐饮店推广远洋特色菜。这样一来,尝到“鲜”的人们自然也会在家厨房跃跃欲试。

在禁渔期里掀起一股“远洋热”,有望丰富老百姓的菜篮子,增添旅游旺季的待客菜,并且让远洋渔业更接地气,何乐而不为?

“鱼宝宝”也要优生优育

点滴 | 余墨

我市探索岱衢族大黄鱼“池棚接力”育苗新模式,破解本土无大规格苗种难题。目前,朱家尖养殖基地暂养的近900万尾“鱼宝宝”已长至5厘米左右。除了本地养殖户和育苗场纷纷预订,台州、温州、宁波等地养殖企业也有咨询采购。

种苗是发展养殖业的关键。“池棚接力”育出强壮的岱衢族大黄鱼“鱼宝宝”,不仅可以为振兴舟山大黄鱼养殖业以及人工放流恢复渔场提供保障、增加底气,育苗本身也可以成为生财之道。

大黄鱼养殖发展多年,优生优育问题一直在探索之中。这也说明,科技打头阵、创新走在前,产业

才能冲破瓶颈赢得高质量发展。

舟山海域水流急,水温低,小规格鱼苗不仅长速慢,而且还会有较高损耗,使得舟山养殖户更多选择外购大规格苗种以求更高产量。但外来苗种的品质很难与岱衢族大黄鱼相媲美,这就难免因先天不足导致丰产不丰收。

“池棚接力”促进优生优育,“鱼宝宝”变“引进来”为“走出去”,舟山养殖大黄鱼有望实现既卖苗种又卖鱼、一大一小都盈利。

舟山要补齐海水养殖短板,就得从育苗抓起。要聚焦养殖户的难点、痛点,汇集科研力量揭榜挂帅,把论文写在大海上,把成果用在产业上,不断促进各类“鱼宝宝”茁壮成长。

弘扬新时代蚂蚁岛精神 高水平建设现代海洋城市

