

农机飞上天 农药洒下田 震泽农民喷农药用上飞机啦!

沈正洲 融媒记者 李裕强

这几天，如果你来到震泽镇的乡村，可以看到农田上空有无人机在盘旋。这是震泽的种粮大户在利用无人机进行喷药作业。

8月初是纹枯病、稻飞虱、稻纵卷叶螟等水稻病虫害高发期。盛夏时节，田间喷药作业劳动强度较大，农人难

请，使用无人植保飞机可以解农户燃眉之急。无人植保飞机具有作业效率高、劳动强度低，防治效果好、精准程度高，节水节药、安全环保等优点，已成为越来越多农机大户和种粮大户植保作业的首选。

目前，震泽镇共有5台无人植保机，数量在全区处于领

先地位。引入无人机之前，一般农户都是采用背负式或担架式植保机，个别使用自走式高地隙植保机来进行田间植保作业。自2017年开始，该镇陆续有种粮大户引进无人植保机进行作业。无人植保机的引进，改变了传统的植保作业方式，让农机飞上天，让农民少下田。

兼具农机大户和种粮大户身份的沈财林、费金狗等都于2018年各自购置了无人植保机，每到施药时间节点，就奔波在田间地头，除满足自身需求外，他们还积极为周边农户提供服务，起到了较好的农机技术示范带动作用。

近年来，震泽镇农服中心

以发展现代农业和促进农民增收为目标，通过购机补贴、项目奖补等政策引导，逐步优化绿色高效农业生产方式，着力提高农业现代技术装备水平和农机社会化服务水平，加快推动农业机械化发展，为实现粮食生产全程机械化提供有力技术支撑。

千亩桑园 四季养蚕 谢家路展现田园乡村现实模样

融媒记者 李裕强

沿318国道自东向西而行，进入震泽不久，便能见到“众安桥村”四字。在众安桥村一路穿行，至谢家路自然村，田园大道、水巷小桥、粉墙黛瓦应有尽有。在长漾与周生荡两湖“相抱”之间的谢家路，正走在现代农文旅融合发展的道路上，逐渐展现出“生态优、村庄美、产业特、农民富、集体强、乡风好”的田园乡村现实模样。

谢家路，“卸甲路”的谐音，传说是名将常遇春征讨张士诚路上卸甲休整之地。谢家路，南拥周生荡，传说周瑜曾于此地练兵，撑起江南一方基业；北傍长漾，传说“烟波钓徒”张志和曾隐居长漾中心岛，垂钓、怀古。

沿谢家路村主路缓缓而行，风景恰似桃花源中“土地平旷，屋舍俨然，有良田美池桑竹之属”的景象。路的两边是一座座粉刷一新的传统农村屋舍，稻场上、村道旁，摆满了各色盆栽。不少人家又养起了蚕，走在安静的村庄里似乎能听见蚕吃桑叶的“沙沙”声。

党建小院里，退休老书记金顺和村民钱国忠正在喝茶闲聊。“我出生在谢家路，一直生活在谢家路。要说我们谢家路的变化，环境比以前好多了，路通了，来往住更方便了，有好多人家都又养起了蚕。”钱国忠表示，“还有很多来游玩的游客，村里比以前热闹多了。”



去年以来，为了给养蚕的农户提供更好的生态环境，谢家路腾退了7家工业企业，整理土地35亩，对横跨周生荡的500kV高压线进行整体迁移，同时对周生荡及入湖河道逐步进行生态修复及清淤。科学规划基础设施建设、生

活污水接管全覆盖，谢家路逐步从“原生态”走向“优生态”，将“千亩桑林、四季养蚕”变为现实。

近两年，谢家路还对村里的屋舍进行了创新设计，重在传承传统建筑风格，展现传统韵味，建设尺度适宜、建筑风格协调、又突出蚕乡特色的村庄。“在推进村庄美化提升的过程中，我们特别注意唤起村民的自治意识，开展‘美丽庭院’评选，潜移默化中让村民养成好习惯。”众安桥村党总支书记吴继华说。

图 为谢家路航拍图。(吴斌摄)

“用对一个人就像栽好一棵树”

——记吴江绿城景观建设工程有限公司董事长柳建国

融媒记者 周成渝

在吴江绿城景观建设工程有限公司(以下简称“绿城景观”),有“一老一少”两支队伍,推动着企业和本地苗木产业向前发展。公司董事长柳建国一方面积极“传帮带”新入行的农业专业大学生,为本地苗木产业培育能够独当一面的技术型、管理型人才,另一方面广纳懂农业的老党员、老专家、老战士,在为他们提供就业机会的同时,组建起促进企业苗木种植创新进步的“智囊团”。

不断“充电”投身农业

“干一行,就要爱一行、钻一行。”每每有人问起当初选择扎根苗木产业的原因,柳建国都会给出同样的答案。在他看来,这是在几番创业风雨中悟出的人生哲理。

2000年5月,年仅22岁的柳建国从部队退役,而后被分配到了本地一家国营苗木企业工作。初入行的他由于没有相关经验和知识储备,只得做些挖沟、松土、搭大棚的简单工作,但他并没有就此得过且过,而是趁着一线锻炼的机会慢慢掌握苗圃的生产经营环节,并大量阅读专业书籍来自

既当老板又做导师

己“充电”,短短几年时间内就成为了公司生产、销售骨干。

2010年,在妻子的支持下,柳建国辞职创业成立了绿城景观,决心在苗木领域闯出一番事业。创业初,他拿出全部积蓄在七都承包了200亩土地,种植易存活、虫害少、好管理的新品种苗木金叶水杉,赚取了第一桶金。而后,他又凭借“差异化”的经营理念,广泛引种特性更佳的苗木品种,创新推广“容器栽培”模式,探索尝试植物非试管克隆技术,使得公司效益不断提升。如今,绿城景观已拥有8个苗木种植基地,苗木种植面积已达1000亩。

近几年,随着绿城景观的不断发展壮大,柳建国考虑起了人才储备的问题。回想自己当年的从业经历,他决定给每一位选拔出来的新人足够的发挥空间和试错成本。

今年22岁的段昌庭是苏州农业职业技术学院的一名应届毕业生,从去年开始就在绿城景观实习。“这个小伙子有吃苦精神,有钻劲,就是有

时候太马虎。”柳建国回忆,今年年初,感觉段昌庭已经基本熟悉公司的各项事务,他便安排小伙子前去负责八亩苗木基地的管理工作,给他创造一个锻炼的机会。

令柳建国没想到的是,这个决定让公司付出了一笔不小的“学费”。

原来,绿城景观八亩苗木基地今年2月才建成,启用不久便新打了一口井汲取灌溉用水。酸碱度和可溶性盐浓度是灌溉用水必须测试的两项指标,但当时基地的可溶性盐浓度检测仪恰巧坏了,段昌庭不以为意直接放弃了检测。直到过了半个月,有工人无意尝了一口井水说味道很咸,用仪器一测才发现,井水中的可溶性盐浓度数值超标了30倍左右。

“正常情况下,井水的可溶性盐浓度数值一般在300到600之间,但是那口井的数值达到了9000多,根本不适合浇灌苗木,没过多久,那批苗木就都死了。”柳建国坦言,当时基地栽有近30万棵小苗,直接损失高达30万元。

虽然损失不小,但柳建国并没有苛责段昌庭,而是像导师一样,语重心长地给他指出问题所在。“苗木种植是个精细活,就拿浇灌来讲,什么样的天气控制

多少浇灌量,苗种的不同生长期需要多少水,都是有讲究的,他要学习的东西还很多,走弯路难以避免。”柳建国认为,犯错误不可怕,可怕的是重犯同样的错误,因此他常常教育新人要吃一堑、长一智,把教训积累成经验,为日后更好地开展工作打基础。

广纳“老将”发挥余热

去年10月,绿城景观发挥农业龙头企业带动作用,与苏州绿和苗木专业合作社、吴江松陵金丰园林果专业合作社、苏州市绿科家庭农场、吴江盛泽彩枫家庭农场以及4位种植大户,联合成立了吴江绿城苗木产业化联合体,探索建立新型经营模式,以提高整体竞争力和经济效益。

在联合体的成立过程中,今年63岁的庾珏荣起到了不小的推动作用,向上对接、向下沟通,草拟章程、合同,他包揽了大部分的基础工作。

庾珏荣原本是农业部门的一名退休员工,3年前受柳建国之邀,来到了绿城景观担任办公室主任。“过去,尽管我们公司很多条件都满足,但并没有意识到可以去申报一些项目,或者做一

些工作,获得相关的政策扶持,来进一步发展壮大。”柳建国说,庾珏荣到来后发挥了很好的“参谋”作用,一边帮助公司科学规划发展路线,一边制定相关工作制度,推动企业朝着制度化、规范化的方向前进。

如果把庾珏荣比作“军师”,那么今年66岁的王培兴就像是绿城景观的“大将”,把控着生产环节的各个关卡。

现任绿城景观生产主管的王培兴在公司任职不过四五年,但柳建国却对他非常信任和尊敬。“很早以前做工程的时候就认识他,各方面的专业知识和实际经验都很足,是个‘老法师’。”柳建国回忆,王培兴退休后,自己与他联系了3年,他才答应来绿城景观任职,但事实证明这些等待都是值得的。王培兴上任后,凭借经验和良好的执行力,使得公司的生产效益大幅提升,特别是工程上的苗木存活率实现了翻番。

除了在一些重要岗位安排老同志发挥余热外,在一般岗位的用人上,柳建国也十分倾向于周边村庄里没有工作的退役老兵,为他们提供就业机会。“很多老人,其实非常愿意为社会继续贡献力量,只是缺少途径,而我更愿意为他们提供这样的机会。”柳建国说。

力推太湖蟹和香青菜两大区域公用品牌 吴江公开征集标志及广告语

本报讯(融媒记者周成渝)8月12日起,区农业农村局向全社会公开征集“吴江太湖大闸蟹”“吴江香青菜”标志设计方案(LOGO)和广告语,至9月6日前,任何个人和组织均可参与投稿,标志设计最佳作品将奖励奖金5000元及证书,最佳广告语将奖励奖金2000元及证书。

吴江依太湖而生,被誉为“鱼米之乡”,太湖大闸蟹和香青菜是太湖馈赠给吴江人民的独特地域农产品。继去年推出“吴江大米”区域公用品牌后,今年,我区将重点打造“吴江太湖大闸蟹”和“吴江香青菜”两个区域公用品牌。

吴江香青菜栽培历史已有几百年,目前常年种植面积1000亩,主要集中分布在吴江西南部沿太湖地区,因炒熟后香味浓郁而得名,熟食糯性易烂,柔嫩纤维少,营养丰富,为炒食之上品,深受消费者欢迎,是我区获得的第一个农产品地理标志产品。

太湖蟹是我国有名的淡水蟹之一,吴江太湖蟹背壳隆凹似虎色青黑,腹青白色,腹下有脐,雄尖雌圆,内有硬毛。吴江太湖蟹肉质细腻,营养丰富,含有丰富的蛋白质、脂肪、钙、磷、铁、维生素A、核黄素、硫胺素等,传统吃法有清蒸、水煮、面拖、酒醉、腌制等。

此次征集的标志设计方案要求兼具标识性、艺术性、实用性,能充分体现“吴江太湖大闸蟹”和“吴江香青菜”的地域内涵和产品特色,突出太湖区域属性,突出吴地乡村文化气息。广告语要求精炼简洁,香青菜突出在叶菜类中的独有香味,及软糯口感两个重要特色,太湖大闸蟹突出绿色生态养殖,味道鲜香甘美。

需要注意的是,标志设计方案投稿作品需以电子稿形式、JPG图片提交,统一A4画面,图片精度控制在300DPI以上,广告语投稿作品以电子稿形式提交。

让数据多跑路 让百姓少跑腿

震泽在村(社区)推广使用“一窗受理”平台

本报讯(盛华融媒记者李裕强)近日,震泽镇为民服务中心组织开展村(社区)“一窗受理”平台培训活动,全镇29个村(社区)综合窗口工作人员参加。

此次培训重点围绕“吴江政务服务管理平台”的具体操作方法,采取讲解与现场实操相结合的方式。首先,工作人员对系统的登录、使用、收件、办理、出件等操作流程进行了详细的讲解。随后,工作人员现场上机实

操,说明各个过程中容易遇到的问题和应当注意的事项,并对大家提出的各项问题逐一进行解答。

据了解,震泽已在8个村(社区)试点运行“吴江政务服务管理平台”。此次培训在总结经验、反馈问题的基础上,推动在全镇各村(社区)推广使用该平台,让工作人员能够更好地依托“一窗受理”系统办件,真正让数据多跑路,让百姓少跑腿。

□ 八面来风

为乡村振兴注入文化动能

近年来,我国对乡村文化建设愈加重视,乡村文化资源数字化建设成效斐然。中办国办日前印发的《关于加强和改进乡村治理的指导意见》中提出,“加快乡村文化资源数字化,让农民共享城乡优质文化资源”,再次凸显了这一建设的重要性。

现代信息技术的发展,虚拟现实、图像处理与人工智能等技术的逐渐成熟,让我们能够更好地记录保存乡村文化资源。比如,通过“影像记录”与“数字馆藏”来记录民间节庆、戏曲、乡村民俗以及地理风貌、物产、生产与生活状况,让农民了解农村的文化瑰宝,增强文化自信;推行“乡村记忆工程”、建设“乡村博物馆”,让人们找到“根”的归属感,留住乡愁。可以说,数字化使乡村传统文化的创造力、表现力、传播力和影响力得到了提升,让乡村文化建设呈现出新气象。

当前,有些地方建立了对少数民族乡村文化进行数字化采集的地方积极开展对中国古村落文化的数字化整理及利用工作,还有很多地方通过新媒体手段保存乡村文化记忆,等等。但与此同时,由于认识和条件上的限制,我国乡村文化资源数字化建设还存在一些短板。比如,乡村文化资源数字化网络开放共享程度不够,一些乡村文化及少数民族传统文化数据库很少向社会公众开放,没有实现资源的共享。又如,特色乡村文化建设趋于“同质化”,存在“千村一面”等现象。此外,在传播层面,也存在对乡村文化资源的传播力度不够等问题。

补齐乡村文化资源数字化的短板,需要积极探索乡村文化资源数字化建设的新路径,让农民能够共享城乡优秀文化资源。要重视建设乡村公共文化网络和文化设施,建立统一的文化资源数字化标准,促进文化资源的共享。一方面,将乡村物质文化资源和非物质文化资源通过公共文化设施网络向外传播,使得乡村文化资源能够实现资源共享;另一方面,城市的优秀文化同样需要通过这一网络传播到乡村,将城市优秀的文化资源如博物馆、电影、讲座、戏曲等内容同农村共享。通过文化资源共享,把村民的教育培训、文化图书阅读、科技科普推广、文体娱乐等活动融于一体。

让乡村文化建设发挥凝聚人心的作用,还必须注重乡村文化资源的传播工作,促进乡村文化资源的发展。就物质文化层面而言,乡村社会特有的物质文化如乡村建筑、古村落,以及田园景观、自然风光等,是发展乡村文化产业的重要内容。从非物质文化遗产层面来说,民族节庆、传统习俗、传统曲艺等文化资源,也非常珍贵。这些乡村文化资源同VR/AR等先进的数字传播技术结合起来,借助微博、微信、微视频和客户端等大众传媒,能够更好地打造“一村一品”“一村一韵”等文化产业,促进乡村文化的传播,构建文化传统价值认同,推动乡村振兴。

乡村文化中蕴含着中国传统优秀文化,是理解中国文化的入口。推进乡村文化资源数字化建设,促进乡村文化资源的现代化转型发展,将为乡村振兴注入更多文化动能。

(综合)