阳明无闲季 和风引客长

——双牌旅游从一日观光迈向深度体验

湖南日报全媒体记者 刘跃兵 通讯员 袁程

11月的双牌，文旅热度不减：阳明山云海常新，游人踏雾寻幽；桐子坳银杏渐黄、花海缤纷，访客慕名而至；花千谷·月湖波映寒烟、晚风温柔，游客漫步休闲，枕着涛声安睡……

过去，双牌县多个景区单季兴盛，游客一日游居多。如今，该县以生态为基、文化润心、业态织链，打通时序壁垒，推动旅游由一季火爆转向四季恒新、一日打卡迈向多日深游发展，把过境流量沉淀为在地消费。

四时铺盛景 晨昏有佳游

“以前天天盼着银杏黄，旺季忙不过来。”茶林镇桐子坳村村民蒋良华感受真切。千年银杏群曾是这里唯一的流量密码，黄金窗口期一过，游客稀少。

近年来，该村围绕古银杏资源核心IP，向外延伸布局四季业态。春天发展油菜花海、林下研学；夏天开辟林间露营、溪谷戏水；秋天守住银杏招牌，办好原创歌曲演唱会；冬天推出年味民俗、林间寻幽。

业态一变，客流结构随之改写：不少游客不再拍完照片就走，而是住进民宿，漫步古村、体验农事、品尝土菜。蒋良华一家靠旅游带动，年收入稳定在十万元以上。

双牌坚持深挖文脉底蕴，精抓景区提质，把深藏山间的文化印记、生态秘境转化为可体验、可停留的游览场景，补齐淡季与夜间短板，让双牌山水四时皆有看点、晨昏皆有游趣，逐步搭建起全天候、全时段的观光休闲格局。

阳明山依托全国首批避暑旅游目的地金字招牌，把22℃的清凉做成夏季核心产品，推出高山露营、竹林静心、溯溪康养等；依托高海拔气候优势，打造雾凇冰雪线路，补齐冬季短板；深挖红色资源，开发“重走长征路”研学线路；双牌是中国“和”文化之乡，在阳明山举办多届“和”文化旅游节，推出“和”文化寻访之旅……曾经主要以赏杜鹃花海为主的阳明山，变成春赏花、夏避暑、秋观云海、冬赏雾凇的目的地。



双牌县茶林镇桐子坳村，游客在银杏林赏景游玩。该景区拥有3000余株原生银杏，其中217株树龄超百年，2023年入选全国最美古树群。（资料照片） 雷中祥 摄（湖南图片库）

连景成线聚业态 引客更能留住客

双牌县大力提质阳明山、桐子坳、花千谷·月湖、青龙岩、云台山等景区，推动7个乡镇建设星级乡村旅游点位，提供差异化的旅游场景，各美其美，串珠成链推进全域旅游。

阳明山铺展康养避暑、云海雾凇的度假长卷；桐子坳铺陈古杏流金、乡居慢享的诗意图景；花千谷依托滨水风光，运营排筏游、亲子研学等，断桥夜景点亮县城夜色；云台山主打日出云海、高山茶园，吸引摄影爱好者、茶客长期停留；青龙岩深挖溶洞、石林资源，打造秘境探险路线；枫木山千亩油菜花、廖家果园、永岚现代农业基地依次承接不同时节的观光需求。

同时，双牌持续举办山地自行车赛、象棋大赛、高校音乐季、露营嘉年华等活动，把“和”文化、舜象传说、红色故事转化为微短剧、非遗舞蹈、渔鼓等文艺作品，常态化开展非遗美食节、导游大赛、送戏下乡等活动，让游客的旅途有故事、有体验。

如今，游客走进双牌，白天游山水、探溶洞，晚上逛夜市、看演出，住山间民宿。该县泷泊镇霞灯村借着花千谷·月湖景区的带动，村集体入股景区，300多名村民在家门口就业，不少返乡创业者开办土菜馆，去年该村人均纯收入同比增长14.2%。

双牌完善硬件配套，护航多日游发展。2017年以来，全县新改建通景公路50余公里，提质改造景区内道路40余公里，新改建5个游客服务中心、景区旅游厕所24个，建成8000余个停车位。

立足本土资源做优文旅供给，双牌不断丰富消费业态、擦亮服务品牌。开发竹工艺品、银杏饰品、虎爪姜、剁椒鱼、茶叶、腐乳等50余个特色旅游产品。持续培育名菜、名厨、名店，留住游客的胃，拉长消费链条。

4年“蟹马”，给大通湖区带来了什么

湖南日报全媒体记者 张佳伟 通讯员 昌诗琴 刘钊作

11月的益阳市大通湖区，蟹肥鱼跃。

1日上午，2026联创绿能大通湖半程马拉松赛在区文体活动中心鸣枪开跑。1500余名跑者从全国各地汇聚洞庭之滨，用脚步丈量湖乡新韵，用奔跑续写“蟹马”传奇。

2022年以来，大通湖区已举办4届“蟹马”，它给当地带来了什么？

环湖筑景，赛事成为城市新IP

每年蟹肥时节，大通湖区委、管委会举办马拉松赛。

从第一届的887人到第二届的1315人，再到现在稳定在1500人以上，跑者越来越多，“蟹马”越来越火。

持续的办赛推动环湖步道分段扩建，灯塔、露营基地、滨湖体育公园、“蟹逅夜市”等一批公共文旅设施先后落地，配套持续更新完善，让这条跑道不只是竞速路线，更是越变越美的环湖风景带。

21.0975公里赛道，宛如一幅徐徐展开的水乡长卷，串联起大通湖的碧波万顷、最美潇湘步道的湖岸风光、湿地候鸟翩飞的生态画卷与蟹肥稻香的水乡烟火，让每一步奔跑都踏在“洞庭之心”的湖乡画卷之上。

4年时间，赛事从起步探索成长为田协认证C级赛事。它是我省独有的“螃蟹马拉松”，螃蟹造型奖牌、完赛领大闸蟹、“蟹王蟹后”冠军奖项，具有很强的辨识度。

4年持续传播，让大通湖不再只是一个湖区，而是成为我省知名的湖乡休闲目的地，“天下洞庭水，蟹逅大通湖”深入人心。

赛事暖心，烟火留住奔跑激情

今年开赛前夜，大通湖区举办“蟹马之夜”活动，向21名连续参加4届比赛的忠实跑者颁奖致敬，送上“蟹大力”IP周边礼品及10只大闸蟹。

21人中，有一张熟悉的面孔——来自长沙的黄菲。她不仅参加每届比赛，还蝉联女子组冠军。今年，她以1小时17分27秒的成绩再次站上最高领奖台。

“跑在大通湖边上，一边波光粼粼、一边稻浪翻飞，赛道非常漂亮！”黄菲说，还有让人欲罢不能的，是那一口鲜美大闸蟹。

赛事组委会懂得抓住跑者的胃，分别向男、女组冠军申铭华、黄菲颁发3000元奖金，赠送价值2000元的螃蟹礼券。

不只是获奖跑者才有，每个跑者都有大闸蟹。跑者在领物现场可凭证兑换熟制大闸蟹，完赛后再收获两只鲜活大闸蟹。

今年比赛，沿途6个氛围鼓动站轮番上演交谊舞、广场舞、动感健身操与街舞，将氛围推向高潮。大通湖百姓用热情的呐喊，为每一位跑者加油助威。

何东带着爱人，约了3位同学一起跑“蟹马”。“到大通湖参加马拉松，跑在开阔的沿湖大堤上，身心得到彻底放松。”何东还为赛事服务点赞，“比赛结束后，组委会安排摆渡车从终点露营基地直达‘蟹逅夜市’美食一条街，方便大家把大通湖美食尝个遍。”

借赛兴业，蟹香撬动全域消费

完赛后，株洲跑者李博磊带着家人吃了一顿大闸蟹，临走前还打包3个礼盒。“大通湖‘蟹马’把‘跑’‘游’‘吃’串到了一起，我们一家子都玩得尽兴，明年还要来。”

大通湖区以“蟹马”为杠杆，撬动大闸蟹产业、文旅产业发展。

大通湖区地处“洞庭之心”，是著名的“河蟹之乡”，推行“水草+大闸蟹”生态养殖模式，面积达2.1万亩，成蟹年产量稳定在2000吨。依托“蟹马”流量，“大通湖1号”良种、生态养殖模式、供港出口资质获得更多关注，大通湖大闸蟹从中端水产走向高端市场、海外市场，提升品牌溢价，带动整个河蟹产业链发展。今年，大闸蟹综合产值预计超9亿元。

赛事促进文旅消费。全区串起湿地观光、亲子研学、湖鲜美食、夜游消费、文创打卡等完整链条，形成“白天观湖观鸟赏湿地，夜晚逛市品蟹选文创”的游玩模式。今年以来，大通湖区累计接待游客近40万人次，实现餐饮、零售、住宿等领域消费近3亿元。

全省高校思政课教学设计大赛决赛举行

把“三高四新”省情融进思政课堂

湖南日报11月9日讯（全媒体记者 杨斯涵 通讯员 曾潇潇 刘钊 陈玮）一方讲台、一块屏、10分钟，能讲出怎样的湖南故事？11月8日，“传承湖湘精神 讲好湖南故事”——“三高四新”省情融入高校思政课教学设计大赛决赛在中南大学举行，全省高校149名思政课教师分10个赛道同场竞技。

“从校级选拔到省级决赛，一轮轮磨课，让我们对‘把道理讲深、讲透、讲活’有了更深体会，也让省情素材真正融进了教学设计里。”一位参赛教师感慨，备课，从“一个人的事”变成了“一群人的事”。

磨的是课，落到课堂上的是素材怎么选、道理怎么讲。本科组一等奖获得者、中南大学讲师易佳乐上台时，带了一个小瓶子，里面装着黑色的磷酸铁锂粉末。“我面对的是材料专业的学生。”他说，磷酸铁锂可以做电池，湖南恰恰借此“长”出了一条完整产业链：上游是产业原材料，中游是电池材料，下游是锂电池，再延伸到新能源汽车、无人机。在他看来，讲好“三高四新”省情，首先要讲好“中国式现代化的湖南篇章”“以一域之光为全局添彩”。

省情要“融”进去，不能“贴”上去。2020年9月，湖南被赋予“三高四新”战略定位和使命任务。6年多来，岳麓山实验室、湘江科学城拔节生长，工程机械、轨道交通装备等产业集群加速迈向世界级。这些正在湖南发生的变革实践，成为思政课最鲜活的本土教材。

一堂湖湘思政课，连着“三高四新”，也连着三湘四水；一名思政课教师，影响一群青年，也影响一个时代。湖南将推动由“赛”向“课”、由“点”及“面”、由“知”向“行”转化，把获奖教案、课件、说课视频梳理成“三高四新”省情教学案例库，上线省级思政课教学资源平台，让全省师生可学可鉴、长期可用，也让台上10分钟的精彩，沉淀为课堂上的每一分钟。

我省开启人工智能专项培训行动

三年内，不少于100门线上课程免费开放

湖南日报11月9日讯（全媒体记者 陈新 通讯员 尹鹏辉）想学AI，却不知道从哪下手？湖南准备了一张三年的“课表”。今天，省人社厅在马栏山启动人工智能专项培训行动，面向求职者、职场从业者、创业群体和技能技术人员，搭建多层次人工智能技能学习体系。三年内，不少于100门线上课程免费开放，不少于1000场公益培训铺到基层。

根据专项培训行动计划，线上，省人社厅将建设“AI知识云课堂”，推出不少于100门优质课程、开展不少于100场直播教学，面向社会群众提供免费线上通识学习；线下，打造“AI培训服务圈”，全省联动举办不少于1000场公益培训，阵地设在技能夜校、社区科普课堂、技工院校和公共实训基地，参训人员的学习记录记入个人终身职业技能培训电子档案。

针对不同人群，推出“AI定制赋能课”。面向求职人员和企业职工开设AI职场运用课程，面向创业者开展“AI+电商”“AI+直播”培训并试点OPC人工智能轻量化创业培训，面向技术技能人才实施数字技术工程师项目培训。专项培训行动期间投入补贴资金不少于2亿元，并组建“AI培训讲师团”，汇聚院校、企业技术专家和行业名家巡回授课，三年力争新增1000名人工智能职业技能培训教师。

学完去哪儿？行动以“AI岗位实训坊”和“AI就业加油站”接续发力。前者创新实施培训与就业见习政策叠加，三年归集5万个人工智能就业见习岗位，构建“培训—见习—就业”闭环；后者开展定向定岗订单培训，扩大新职业技能培训规模，重点培育FDE（前沿部署工程师）复合型人才，力争开发人工智能领域高质量岗位不少于2万个。

第十五届中国创新创业大赛现代石化专业赛决赛在岳阳启幕

35个科创项目一决高下

湖南日报11月9日讯（全媒体记者 徐典波 见习记者 刘澳京 通讯员 郑婕）今天，第十五届中国创新创业大赛现代石化专业赛决赛在岳阳启幕。这是一场技术比拼，也是一扇观察中国石化产业在新质生产力驱动下转型升级的窗口。

本次大赛以“绿创石化 智领未来”为主题，由工业和信息化部火炬高技术产业开发中心、湖南省科学技术厅、岳阳市政府共同主办。大赛设4个分赛区，聚焦精细化学品和高端化学品、化工新材料、循环经济与绿色环保技术、化工智能化技术等专业方向。

大赛组建由石化行业专家、知名企业家和资深投资人等590人组成的专家库，重点考察项目技术创新性、产业应用价值及成果转化潜力，推动优质项目与产业需求精准对接。

大赛今年6月启动以来，共吸引全国28个省（区、市）、78个城市的729个项目报名。经过层层选拔，35个项目脱颖而出，晋级决赛。

决赛期间，将举行现代石化科产融合发展大会和陈家镛院士奖学金、现代石化专业赛颁奖仪式等活动。

九赴进博之约

——澳优以全球优质营养助力美好生活

黄利飞

开放不息，创新奔涌。11月5日，中国国际进口博览会（简称“进博会”）在国家会展中心（上海）再次拉开帷幕。澳优连续第九年如约赴会，集中展出前沿营养成果，牵手顶尖科研力量共建创新平台，在开放合作中探索精准营养发展新路径。

本届展会，澳优以“全球营养 呵护成长”为主题，携旗下佳贝艾特、海普诺凯、Nutrition Care、Oz Farm、Amalthea、CBM六大品牌共62款产品亮相。展台以扬帆航船为设计意象，承载着澳优依托进博会整合全球优质资源、拓展全球营养版图的愿景，以全球化更优质的营养方案助力大众美好生活。

新品首发首秀与科研平台落地

展会期间，澳优展台人气爆棚，五款旗下新品在这里首发首秀，“全家营养”研发成果集中呈现，吸引了观展人员打卡拍照、体验分享。

新品矩阵覆盖全生命周期营养需求。奶粉板块，全球羊奶粉销量和销售额排名第一的品牌佳贝艾特发布铂御婴幼儿配方羊奶粉，是首款添加澳优自研专利益生菌CP-9的婴幼儿配方奶粉；面向6岁及以上学生群体发布的高才升成长配方羊奶粉，是全球首款添加水解羊乳酪蛋白的学生奶粉；面向成年人群发布营嘉高钙富硒羊奶粉，选用荷兰母婴级奶源，打造骨关肌三维养护方案。

营养品板块，来自澳洲的药房级专业品牌NC金标养胃粉、养胃片首发首秀。重磅首发的新品NC金标养胃粉，打通舒缓、修护、防护完整作用链路。现场同步展出的NC养胃片，面向高频差旅商务人群主打随行便携养护，与粉剂产品形成场景互补。值得一提的是，NC还作为澳大利亚代表性营养品牌，进驻本届进博会澳大利亚维多利亚州政府展厅，营养品质获得官方认可。

更优的产品源自对科研的长期坚守和不断创新。进博会现场，澳优与南昌大学食物过敏创新团队官宣联合成立“国际过敏营养与安全防控研发中心”。根据规划，聚焦过敏人群核心诉求，研发中心将围绕乳蛋白致敏因子鉴定、过敏快速检测、低敏原料开发、过敏营养干预等方向持续攻关，同步推进标准研制、临床研究与成果转化，为澳优全球低敏营养赛道布局提供深层技术支撑。

从全球织网到全球市场深耕

自成立以来，澳优便坚持国际化发展路线不动摇，“走出去”在荷兰、澳大利亚等全球黄金奶源带进行全球供应链、全球研发等布局，是国内较早践行全产业链全球化的乳企。

进博会是全球第一个以进口为主题的国家级展会。在澳优看来，进博会不仅是高水平对外开放的重要窗口，是全球营养科技创新的交汇枢纽，也是产业伙伴协同共生的桥梁。在这里，企业能对接全球产业链、首发创新成果，同时持续感知全球家庭营养需求的变迁，为公司全球化业务的长期迭代持续输入关键洞察。从首届进博会走到今天，进博会早已成为澳优国际化战略中的关键支点，澳优的全球化能力，在进博会舞台上被检验、被放大，也被加速。

如今，澳优在全球共建设有11座工厂，建立了以澳优全球研发中心、欧洲研发中心、澳洲研发中心等为核心的“1+6+N”全球研发体系，形成覆盖婴配奶粉、保健食品、特医食品、个性化营养品及服务的生命全阶段营养呵护体系，产品销往近60个国家和地区。





△澳优参展第九届进博会。

◁佳贝艾特发布高才升成长配方羊奶粉。

本文图片均由澳优乳业（中国）有限公司提供

在不确定中把握长期确定性

当前，全球经贸环境复杂多变，进博会作为链接全球创新资源、推动开放共赢的国家级平台，为企业提供了宝贵的发展确定性，为开放创新注入了一剂强心剂。

澳优相关负责人在进博会现场表示，九年来持续参展，澳优既是中国高水平开放的见证者，也是实实在在的受益者。进博会不仅打通了“展品变商品”的完整链路，助力企业订单量不断提升，更重要的是，为全球不同经营主体搭建了高效对接的平台，使各方在不确定的环境中依然能够保持链接、推动落地、坚持开放。

澳优进博之路，验证出一条区别于贸易出海，以汇聚全球优质营养智慧与资源、服务全球市场的乳业创新发展路径。以本次进博会新品首发、科研签约为缩影，澳优将继续坚持奶粉、营养品双线并进的全家营养战略，围绕全生命周期、全年龄段需求持续攻关；同时深化产学研协同，深深扎根于营养研究，用扎实的实证、喂养数据，回应消费者期待。

奋进在三湘