

50%以上规模企业由老乡回乡创办,去年实现工业总产值100多亿元——

『安化现象』引人关注

能人回乡建设家乡



缥缈的云海、连绵的山峦和美丽的茶园相互映衬,大美云台山。

邓吉元 摄

湖南日报·新湖南客户端记者 杨军
通讯员 刘刚贵 刘翼张 黄向华

9月26日,安化县溪溪镇百花寨生态园,工人们在万支千两茶文化展示园抓紧施工。这个展示园是百花寨茶旅文康一体化开发项目中的一个景点,该项目由北京航翔广告有限公司董事长、安化溪溪人姚社初回乡投资建设,总投资约15亿元。

建设中的百花寨生态园与已建成的茶乡花海生态体验园、云台山风景区,分布在安化县南、北、西部,呈倒“品”字型,是安化县茶旅文体康一体化的典型代表。无独有偶,这3个项目的投资人都是

回乡投资的安化人。安化县常年在外出务工、经商人员有20多万人,其中不少人成为商界能人。近年来,安化县“引老乡、回故乡、建家乡”取得明显成效。能人回乡建家乡项目紧扣本地资源,投资体量大,涵盖茶旅文、生态保护和种植等,一二三产业全覆盖,在经济开发区和乡镇遍地开花,形成引人关注的“安化现象”。据统计,目前安化县共有规模以上企业169家,其中超过50%由老乡回乡创办。去年,这些企业实现工业总产值100多亿元,占全县规模工业总产值的60%。

得益于回乡能人带动,安化经济社会发展凯歌高奏。2015年至2020年,全县GDP年均增长6.8%,人均GDP年均增长8.8%,农村居民人均可支配收入年均增长10%,一般公共预算收入年均增长5.5%。2019年4月,全县14.86万贫困群众全部脱贫,130个贫困村全部出列,甩掉了贫困县帽子。

回乡创业,茶旅文体康融合发展

随着安化黑茶近年来声名鹊起,离县城12公里的茶乡花海生态体验园知名度越来越高。由98座小山头组成的茶乡花海,茶花结合、果花结合、林草结合,漫山遍野都是各种茶树和各色鲜花,无

论从哪个角度拍摄,都是一幅美丽画卷,被誉为“安化的客厅”。

2015年,安化县赴北京邀请安化乡友回乡投资发展,黄郎云决定回家乡投资兴建茶乡花海,打造一年四季都能“花中游,闻茶香”的生态观光园。黄郎云形容茶乡花海是“在茶园恒常的绿色上,瞬间灿烂绽放的色彩;在绚烂活泼的花的色彩下,永远宁静的茶田”。这景象,正是黄郎云心中家乡的模样。

“赤子童心恋芳草,非关风流;愚公豪情启山林,岂惮磨难。”黄郎云为茶乡花海殚精竭虑。2016年11月茶乡花海开工建设以来,累计投资5.4亿元。去年4月28日,作为湖南省2020年春季乡村文化旅游节主会场,茶乡花海正式开园,成为安化县一张新名片。

安化西部马路镇云台海拔998米,是该县第二高峰。“云台山,这3个字是我见过的最美最短的情诗,像云卷云舒,像春去秋来,像映山花开。”生于云台山村的李亮,2015年从长沙回乡创办云台山茶旅集团,以茶兴旅,开发云上茶园、玻璃栈道和高空滑索、丛林穿越等景点。云台山茶旅集团累计投资5亿元,云台山景区成为国家4A级景区,年接待游客200多万人次。李亮说:“我会把自己的一生奉献给我养我的大山,坚信云台山会越来越好!”

投入几亿元在乡村搞建设,究竟为了什么?能不能收回投资?面对质疑,百花寨生态园董事长姚社初说:“作为一个安化人,喝着家乡的水、家乡的茶长大,谁不希望家乡好?家乡越发展,受益的不仅仅是家乡的人,在外地的安化人也同样感到光荣。”

安化县商务局党组书记伍哲纯说,姚社初、黄郎云、李亮等能人回乡创业,回报乡亲,体现了一种情怀、担当和责任,这是安化能人回故乡建家乡的精神内核。生态资源是安化发展的最大优势,通过推进黑茶、旅游、文化、体育和康养融合发展,彰显了安化神韵,践行了“绿水青山就是金山银山”的理念。

服务老乡,亲商安商引来凤凰栖

在安化黑茶产业发展过程中,湖南华莱生物科技有限公司不能不提。安化冷水镇人陈社强创立的湖南华莱,2009年进军安化黑茶产业,2010年将公司总部从长沙迁回安化。10多年来,公司发展成为“农业产业化国家重点龙头企业”“中国茶叶行业百强企业”。2017年,湖南华莱作为战略投资者,与安化县政府签订总投资额达100亿元的安化黑茶特色小镇项目,打造全国唯一的黑茶特色小镇。至去年底,已完成投资52亿元。

陈社强说,湖南华莱快速发展、黑茶小镇建设顺利进行,离不开安化县委、县政府的支持。黑茶小镇建设刚启动时,安化就成立以县委书记、县长分别任政委和指挥长的项目建设指挥部,定期召开联席会、调度会,协调解决小镇建设中出现的难题。

“引老乡、回故乡、建家乡”,1986年成立的安化县经济建设促进会功不可没。多年来,安化县经促会为安化籍乡友回报家乡、造福桑梓提供了平台。安化县政协副主席、县工商联主席李艳云说,家乡把在外漂泊的游子当成宝贝,游子又有反哺家乡的愿望,县经促会牵线搭桥,自然水到渠成。

茶乡花海生态体验园开后,安化县成立专门的项目指挥部,选派10余名专业人才支持体验园建设,整合资金1.2亿元配套建设游客服务中心、迎宾广场、生态停车场等公共设施,争取“以工代赈巩固脱贫攻坚成果衔接乡村振兴战略试点”等项目12个。县里还把易地扶贫搬迁安置点建在景区旁,共安置贫困户517户2137人,是我省第二大易地扶贫搬迁集中安置小区,既解决景区建设和运营的劳动用工,也使搬迁户能在家门口就业,赚钱又顾家。

近年来,安化县不断优化营商环境,在“放管服”改革、网上政务服务和行政审批效能监管等方面持续发力,法治化、便利化营商环境加快形成。县发改局副局长、县优化办主任黄志刚说,在今年益阳市营商环境测评中,安化位列全市第二。

产业致富,助脱贫攻坚乡村振兴

安化县仙溪镇山口村张青娥本是一个普通的农村妇女,她没有想到,在外面转了一圈后,回到家乡会吃上“文化饭”,而且越吃越有味,带领乡亲摆脱了贫困。上世纪90年代,张青娥夫妇用打工攒下的钱买来工程机械,在广东珠海和长沙等地承包土石方工程和承接建设工程项目致富。2005年,夫妻俩回到家乡植树造林。2007年,在湖南大学陈飞虎教授帮助下,在古梅山文化发源地仙溪,打造中国梅山文化园,被列入湖南省文化产业重点项目。

张青娥夫妇斥资2亿多元,在2800余亩山林间建成独具梅山文化特色的古烽火台、古建筑等景点70多处,修建陈列3800件梅山民俗展品的梅山文化博物馆,建起集茶、果、蔬于一体的农耕文化体验园。梅山文化园成为国家3A级旅游景区、全国五星级休闲农业与乡村旅

游景点、湖南省五星级休闲农业庄园。附近农民成了梅山文化园的员工,他们的工资比在外面打工还高。文化园还将周边村民零散的林地、山土租赁或流转过来,增加了村民收入。村民说:“梅山文化园就是我们的‘钱袋子’。”“钱袋子”使村民脱贫,“金果果”让老乡致富。2013年,肖尚梅回到家乡羊角塘镇建设高标准生态油茶基地,流转1.2万亩荒山林地,种植油茶树120余万株。2016年,建起年产7000吨纯茶籽油的油料加工厂。2017年至今,累计投资2亿多元。肖尚梅的油茶成为当地村民致富“金果果”,解决了60余人就业问题,带动土地开发、油茶苗抚育、栽培等季节性用工3万余人次,共支付劳务工资800余万元。在肖尚梅带动下,安化县油茶种植面积达到1.5万余亩,成为农民又一致富产业。

■短评 打好“乡情牌”,用对活资源

杨军

近3年来,安化县与乡友签订的项目,占全县招商引资项目总数70%以上,合同引资金额超100亿元。能人回乡建设的项目,既涵盖传统茶叶生产加工、农特产品加工等,又有新材料、茶旅文康、中医药等优势产业,为安化县优化产业结构、解决就业、巩固脱贫攻坚成果做出积极贡献。

安化“引老乡、回故乡、建家乡”成绩亮眼,就在于打好了“乡情牌”。

随着经济社会发展,在外游子对家乡的概念,不再是“模糊的怅望”,而是“此心安处是吾乡”。打“乡情牌”、唱经济戏,吸引能人回乡,最重要的是要有一个符合实际的县域经济发展战略。安化坚持生态立县,致力绿色崛起,制定实施交通攻坚、产业转型、城镇升级、生态提质“四轮驱动”战略,建设开放、创新、秀美、富饶、幸福新安化。这一发展战略得到在外乡友认同,特别是茶旅文体康融合发展,激发了乡友建设家乡的热情。

打好“乡情牌”,还需搭建一个好平台。安化以情感为纽带,建立经促会,联系散布在全国各地、各行各业的乡贤,深挖在外人才“富矿”。目前,安化县经促会在全国共有会员1万多人,凝聚了越来越多的力量,吸引项目回迁、资金回流、技术回乡、智力回哺,有力推动县域经济社会发展。

乐见社会实践成中小學生度假“新常态” 青年市集:文旅创新的另一种打开方式

刘天放

今年国庆是“双减”政策落地后的首个长假,根据“双减”政策,校外培训机构不得占用国家法定节假日、休息日及寒暑假组织学科类培训。这个长假中小學生是如何度过的?连日来,媒体记者调查发现,省会长沙的中小學生一改以往在家赶作业、辗转培训班的忙碌模式,来到植物园、科普基地甚至乡村的田间地头,在实践中接触自然、了解社会、认知家乡,度过了一个快乐轻松的“黄金周”。

这是“双减”背景下的一种新探索,社会实践活动在长假遍地“开花”,让孩子们在课堂之外的另一种场景中获得快乐和新知。有专家表示,类似的活动模式将会成为今后孩子们度假的“新常态”。

中小學生课堂作业负担重,孩子们精神压力大,这是社会普遍诟病的“旧常态”。而社会实践活动恰恰是缓解学业压力,培养学生全面发展的重要形式与载体。事实证明,社会实践活动在中小學生成长发展的过程中扮演着不可或缺的角色,不仅能缓解他们的精神压力,还能培养团队协作意识,帮助他们树立正确的价值观以及理想信念等。

人的成长是各方因素共同作用的结果。对于中小學生而言,社会是另一个重要的学校和课堂,生活是另一种重要的课程和教材,实践是另一种重要的学习方式和途径。社会实践和实践就是无字之书,对于孩子们的成长和发育具有同等重要的意义,不仅可以学到很多在课堂上学不到的东西,还可以把课堂上学到的理论知识同社会实践联系起来,加深对课堂学习内

容的理解。

更重要的是,社会实践可以加深学生对社会的了解,培养学生的社会责任感。随着教育改革的不断深化,中小學生在掌握必备的理论基础知识之外,还需要通过社会实践活动来提高自身的综合素质以及实践能力,由此达到磨练意志,丰富情感,树立理想信念,促进全面发展的目的。

“双减”政策背景下,在假期中以社会实践活动替代各种课程培训,是一种积极而有益的尝试。当然,这种社会实践活动不应该是新的政策背景下的“应急反应”,而应该成为中小學生一以贯之的自觉行动,并且在有关配套的制度性安排下,成为稳定的“新常态”,让更多中小學生受益,让我们的教育生态更健康。

把好人生“五道关”

鲁闻恋

据中央纪委国家监委网站10月2日消息,全国政协社会和法制委员会副主任傅政华涉嫌严重违纪违法,目前正接受中央纪委国家监委纪律审查和监察调查。曾经的“风云人物”落马,引发网上一片哗然。

这些天,网上流传着傅政华的一句话:“不管过去功劳有多大,能力有多强,资格有多老,违反铁规铁纪的,一律坚决查处。”傅政华的落马,正应验了他自己说过的话。

笔者喜爱《三国演义》,对其中的“英雄好汉”深怀敬仰。关羽“千里走单骑、过五关斩六将”等故事,可谓脍炙人口、家喻户晓。然而,造就关羽高大形象和人格魅力的,却是他成功经受了曹操为其设计的“五道险关”。一是金钱关。曹操因爱其才,上马金、下车银,赏贵重器皿,厚礼相待。二是地位关。关羽先被封为偏将军,后因斩颜良、诛文丑有功,晋封汉寿亭侯,可谓高官厚禄。三是美女关。曹操让关羽与其年轻貌美的二位嫂嫂同居一室,诱其淫乱,后见他目不斜视,秉烛立门,又遣送美女上门,关羽全让她们服侍嫂嫂去了。四是生活关。三日一小宴,五日一大宴,山珍海味,美酒佳肴,口腹之欲足矣。五是人情关。曹操除了自己用心劝服,还指使与关羽交情至深的张辽挽留其事已,均无济于事。最终,关羽弃官留卧,毅然奔刘备而去。

纵观中国上下五千年,像关羽这样洁身自爱、恪守信念,不以官迷、不为色惑的人,不在少数。但是,也有不少“英雄人物”在种种诱惑面前,失去理智,醉生梦死在肉林酒海里。在“五关”面前,不能过“关”的不单是古人,今人也不乏其例,一些贪腐之徒,视“权力+金钱+美色=人生”“酒量+胆量=前途无量”为主臬,在形形色色诱惑面前头昏目眩,“思想防线”悄然失守,“精神堤坝”逐渐崩溃,最终落得个身败名裂的结局。

古人说:“内无妄思,外无妄动。”每名党员干部只有耐得住寂寞,保持定力,守住自己内心干净,才不会有非常之举;只有把好人生“五道关”,才能走好人生的“光明路”。



假日消费呈现新气象

今年国庆长假期间,消费市场供销两旺,并呈现新气象。

商务部消费促进司副司长王斌介绍,今年国庆假期消费与往年相比凸显四大趋势,即本地消费、周边消费、居家消费成为新热点;绿色消费、智能消费、健康消费更加受青睐;个性化、品质化需求增加,中高端消费热度不减;线上线下加快融合,体验式、场景化消费需求不断提升。

画/王铎 文/怀生

丁慎毅

国庆期间,“青年理想生活”露天“市集”成了北京新的一景。从“市集”入口扫码测温后进入场内,首当其冲映入眼帘的就是“签到墙”,上面密密麻麻的签名叠在了一起,墙上的字句也透视出如今的年轻人的内心世界:“拒绝油腻、能吃不胖、遇见更好的自己”。

中国社会科学院等机构一项对4000多名18至35岁年轻人的调研显示,有超过40%的人表示自己存在不同程度的社交恐惧症。这也不难理解“社牛症”成了今年来的一个热词。“社牛症”最典型的“临床表现”,就是在社交时不畏旁人眼光,不怕别人嘲笑冷落,随时随地都能和各种人“social”起来。与其说当代年轻人愈发厌弃社交,不如说他们迫切需要能够安放自我、放下戒备的自我表露机会,需要质量更高的社交。而“青年市集”为年轻人提供了一个这样的场景。

在“市集”里支起帐篷、点上油灯、摆放几把躺椅,在夜幕降临时彩灯的映照下,喝一杯特调

玫瑰乌龙茶饮、看一场夜空下的电影、撸几下狗的休闲场景令人彻底放松;也可以参加生活中不定期举办的“人生一帐分享会”,面对面交流,零距离社交,由专业人士解答对露营生活的一切好奇。除了露天“市集”,还有音乐“市集”,“新乐府”开起派对,国潮民乐重回民间。而书店也办起“汉字市集”,在这里,有专人辅导体验拓印汉字,能买到咖啡、茶叶,以及巨型蜘蛛、昆虫、螃蟹的标本。

受疫情影响,不便远行。越来越多的年轻人开始探索城市周边新去处。有“社交白皮书”显示,露营超过密室逃脱、剧本杀,成为95后最喜爱的社交活动,“露营社交”成为新时尚。

青年“市集”,不需要去太远的地方,在城市中或郊区就可以让年轻人住进有故事的时光里,享受舒适且具有活力和社交属性的居住空间,增强他们的归属感和幸福感。这样的创新,既让年轻人从周末或假期的宅家中解放出来,也满足了年轻人更高的社交质量需求,在旅游市场存在同质化的背景下,这样的青年“市集”,成为文旅创新的另一种打开方式。

化解“充电难”,为新能源汽车发展“续航”

汪昌莲

假期出行的高峰期,似乎成了新能源汽车的大考。“我朋友开燃油车都到家了,我还在高速服务区充电”,一位新能源汽车车主日前从深圳开车回湖南老家,遭遇了充电排队,原本八个多小时的路程,最终花了十六个小时才到达。相关视频在网路刷屏,也引发网友对新能源车充电桩需求问题的讨论。

统计数据显示,截至目前,中国新能源汽车保有量近680万辆,仅今年前九个月就新注册了187万辆,占新注册汽车总量的9.2%。从这个数据中可以看出,在我国新能源汽车虽然起步晚,但是发展较快。然而,必须正视的是,新能源汽车在发展过程中,也遭遇了“成长的烦恼”,这其中充电也不容易最为突出。

国庆假期新能源车出行量大增,国内高速公路每日充电量屡创新高。据国家电网的统计,仅10月1日至3日,国家电网充换电服务网络总充电量同比增长了59%,其中高速公路充电设施充电量同比增长了56.52%。而充电桩等充电设施不足正在成为阻碍人们选购电动汽车的“拦路虎”。比如,在北京购买电动车,电动车企业一般都提供安装充电桩的服务。但充电桩安装条件苛刻,首先需要有个人产权的固定停车位,仅这一条就

把很多人挡在门外。对于纯电动汽车车主来说,如果能在小区自有车位安装充电桩,实现“家门口”充电,能很好地地解决充电难题。问题是,充电桩进小区遭遇场地申请、手续报批等众多环节,实施起来很不容易。再者,使用公共充电设施,需要面临停车收费、燃油车占位、慢充桩耗时、充电时段冲突等难题。

从2014年起,一大批充电桩企业应运而生。然而,车主充电难、企业盈利难等问题,却一直困扰着产业发展。由于前期投入大、使用率低,额外维护成本高、成本回收周期长,往往建的充电桩越多,亏得越多;依托其他业务板块支撑维持,成为多数充电桩企业面临的尴尬。

从实践看来,只有让充电桩企业提高拓展市场的能力,才能为新能源汽车发展“续航”。首先,充电设施建设,需获得地方政府支持,通过财政补贴和政策优化,帮助建设充电桩的企业稳步发展。同时,通过市场化运作,建立专业充电服务机构,负责安装、运营和保修,实行规模化、标准化、专业化的运营管理,提供精确定位、移动支付等服务,提高用户的体验感。再者,通过互补项目的带动,牵头众筹充电桩建设项目,进行规格化处理。如此,通过多方发力,化解汽车充电的“两难”困境,让新能源汽车行业获得“长续航”的动力。