

温州未来乡村建设试点名单出炉

我市曹村镇和儒阳村入选



曹村镇美景



儒阳村一隅

本报讯(记者 潘敏洁 通讯员 张显)不久的将来,瓯越乡村会成为乡里人的美好家园、城里人的向往乐园……近日,温州市确定了2021年温州未来乡村建设试点名单,我市的曹村镇和马屿儒阳村榜上有名。

根据温州市委、市政府决策部署,我市将未来乡村建设作为实施乡村振兴战略的重要抓手,高起点谋划、高标准定位、高水平推进,着力打造未来乡村“瑞安样板”。今年以来,我市按照“五化十场景”要求,精心谋划项目,计划到2025年打造未来乡村20个,其中村域型17个、镇域型2个、片区型1个。今年,我市计划将列入温州建设试点的曹村镇、马屿儒阳村打造成全市乡村振兴引领区、共同富裕样板区、三位一体标杆区、数字乡村示范区。

什么是未来乡村?

据了解,广义上的未来乡村是美丽乡村建设的升级版,是美丽田园、美丽乡村、美丽环境、美丽经济之上叠加的新形态。狭义是指以村、镇和片区(跨镇)为单位载体,在“两带一园”的基础上,推进乡村发展空间布局有机更新,打造主题特色鲜明、主导产业突出、功能布局完善、公共服务健全、治理机制科学、区域边界合理、共同富裕坚实的未來乡村。

打造“未来乡村”重点聚焦人本化、

生态化、数字化、产业化、系统化和未来生态、建筑、创业、经营、健康、邻里、文化、数字、服务、治理等“五化十场景”,推进“美丽经济、生态宜居、文化风貌、四治融合、幸福生活”五位一体建设。

打造“文都武乡 瓯越粮仓”

曹村镇作为温州市镇域型未来乡村建设试点,具有农业基础坚实、农村改革成效显著、数字农业势头良好、生态环境持续优化、乡村文化底蕴深厚等优势。结合实际情况,曹村镇树立“顶层设计、特色发展”、“资源整合、打包使用”和“数字赋能、全民共造”的理念,对照“五化十场景”,实施十大类型68个项目,预计投入13.7亿元,全力打造农文旅相结合、产村人相融的“文都武乡 瓯越粮仓”未来乡村。

据介绍,该镇以便民、为民、安民为切入点,开通线上“云医疗”端口,数字教育云课堂、乡村文明“邻聚里”,加速服务资源均衡化,打造“邻里大家庭”引领新风尚的“美丽曹村”;以创成国家级研学基地为依托,强化发展核心竞争力,不断壮大乡村旅游经济;以深化“1+N”产村融合发展新模式为引领,打造“公投民营、共享收益”致富新平台,实现人均年收入翻两番;以数字化与未来乡村建设深度融合为契机,加快智慧大脑+“智慧旅游、智慧交通、智慧管理”的“1+3”智

控体系建设,全面实现乡村治理、设施完善、产业发展、公共服务等数字化场景应用等。

打造“瓯越古邑 湿地儒阳”

马屿镇儒阳村作为温州市村域型未来乡村建设试点,综合分析其现状,主要有交通区位条件好、生态资源丰富、历史文化悠久、基础设施完善等四大优势。结合实际,儒阳村未来乡村按照“一核一带两环四区”的规划方案,深挖黄公望、蓝夹缬等文化资源,以生态为底色、以体育休闲为特色,打造以“三位一体”为特色的“瓯越古邑 湿地儒阳”未来乡村。

据介绍,该村通过全域联动整治提升村居环境,全面盘活活化业态布局,全方位加强“三大合作”三大建设亮点为主要抓手,重点围绕数字化、产业化和生态化的要求,着力打造以未来生态、未来服务、未来经营、未来数字为主要内容的未来乡村场景。项目总投资约7.5亿元,建设三大类项目,涵盖“十场景”共37个项目。其中,政府投资的基础设施类22个、社会资本投资的生产经营类9个、村里自筹的壮大村集体经济类6个。



扫一扫看图文

“移动博物馆”获浙江青年志愿服务项目大赛铜奖

本报讯(记者 潘敏洁 通讯员 姜扬)日前,“青春心向党 奉献新时代”2021年浙江省青年志愿服务项目大赛在杭举行。经过激烈角逐,我市“移动博物馆‘馆校连接’乡镇学校美育帮扶”项目获得大赛铜奖。

据悉,本次大赛由共青团浙江省委、浙江省志愿者协会联合主办,130个项目进行角逐,参赛项目大多来自浙江省内各公益协会、学校、社区、医院等机构的专业社工团队,“移动博物馆”为其中唯一一个由国有博物馆志愿者为主体申报的文化宣传类项目。

移动博物馆,顾名思义,即为可以“移动”的“博物馆”。这座“博物馆”不受空间

的限制,在瑞安博物馆文化志愿服务队的运作下,由文化中心的市区向文化边缘地带的郊区辐射,旨在帮扶美育资源相对稀缺的乡镇学校,培养在校美育导师,启蒙学生美育教育,激发学生的创造力和艺术性,从而反哺乡镇。

该项目自2018年运行至今,推出了符合其全面发展的美育服务内容,如传统文化课程、AR远程互动、文博宣讲、亲子共学、研学活动、美育讲解班等,完成瑞安博物馆与13所乡镇中小学的连接,受益学生1786人。瑞安博物馆工作人员表示,“馆校连接”的进一步加强已成为必然趋势,学校也成为博物馆发挥德育、美育功能的更亲密伙伴。

华峰化学亮相 CIDPEX 2021南京生活用纸展

本报讯(记者 潘敏洁 通讯员 谢文)近日,为期3天的CIDPEX 2021南京生活用纸展在南京国际博览中心举行,华峰化学股份有限公司携明星产品亮相。

据悉,本次展会吸引了来自国内外的900家优秀企业参展,为业界搭建了一个覆盖生活用纸、卫生用品全行业产品链的贸易、交流平台。

现场,华峰化学展出的产品——“千禧”牌卫材用氨纶纤维,深受参观者尤其纸尿裤生产厂商的青睐。据介绍,该产品

可替代传统的橡胶材料,具有弹性好、柔软度高等优异性能,不仅有效提高了客户生产效率,还大大降低了纸尿裤的生产成本。同时,它还可根据客户需求,定制不同规格和性能。

展会期间,华峰化学销售人员以专业的态度和热情的服务,接待了各地从事卫生用品的客商。“未来,华峰化学将以持续不断的技术创新、优质稳定的产品供应、专业快捷的技术服务,致力于打造行业领先的品牌供应商。”华峰化学工作人员说。



华峰化学展位

警惕兜底式增持背后风险

炒股没有只赚不亏的,这是常识。如果有人试图帮忙兜底,目的性必然很强。绝不可听信少数上市公司实控人的个人承诺,跟风爆炒“兜底概念股”。天下没有免费的午餐,选择好公司最终还是得回归基本面。

炒股亏了算老板的,赚了算员工的——还有这样的美事?某公司实际控制人日前向全体员工发出倡议并承诺,凡在期限内净买入该公司股票(不低于1000股),且连续持有约1年的员工,若产生亏损由其本人自有资金全额补偿。反之,收益全归员工所有。目前,深交所已经发出问询函,并得到部分回应。

这份兜底式增持倡议,看似言之凿凿,但公告发出后还是引发市场质疑:既然实控人这么“土豪”,为何自己不直接增持?截至5月19日,该公司股价今

年以来已累计上涨逾50%,涨这么多有必要兜底吗?万一跌了,兜底式增持的承诺和倡议还算数吗?

据该公司公告,公司实际控制人对企业未来前景的相关陈述和对投资做出的承诺仅代表其个人意见,不构成公司对投资者的实质性承诺。由此可见,企业主体不涉及兜底增持事项的背书和履约。

国家虽未明令禁止公司高管推荐自己公司的股票,但所谓的兜底式增持倡议,实际上可能带来公司股价震荡、资金快速入场等后果。因此,这类行为背后是否涉嫌操纵证券交易价格、合谋进行纯概念炒作?不能不给予高度关注。

炒股没有只赚不亏的,这是常识。如果有人试图帮忙兜底,目的性必然很强。

一种可能是,为了在公司股价大幅下跌过程中稳定股价,维护大股东和公司利益,提振员工和投资者信心。国内首次兜底式增持出现于2015年6月A股市场大幅回调期间,在2017年至2018年,兜底式增持案例增多。从结果看,兜底的短期利好消息确实能在一定程度上支撑股价反弹,也让部分职工和投资者受益。

另一种可能是,纯粹的“钓鱼式增持”和“忽悠式兜底”。这类兜底往往是上市公司大股东和实际控制人以兜底倡议为名,行减持套现之实,又或者从头至尾根本无力兑现兜底承诺,最终只鼓了大股东自己的荷包,损害了企业员工和广大投资者的利益。

更有甚者,少数上市公司以兜底增持等利好为名,勾结资产管理机构联合坐庄,进行纯概念炒作,骗取散户投资

者高位接盘,扰乱正常的证券市场交易秩序,引发资本市场异常波动。

凡此种种,无论出发点是什么,投资者面对兜底式增持倡议,始终都应保持清醒头脑。

首先,应密切关注上市公司实施员工持股计划是否经过一系列法定步骤。那些未经过充分计划和集体决策的兜底式增持倡议或承诺,很可能只是高管个人“拍脑袋”作出的决定,董事会和公司并不承担任何责任。这种由高管个人向员工作出的口头承诺,最终只能靠发起者的契约精神和道德品质来履行,在法律上没有太多保障,个中风险不可不防。

其次,面对个股可能下跌的风险,投资者切不可天真地认为上市公司会兜底所有股东。一来,兜底“兜”的是员工持股的底,与其他普通投资者没有多

少关系”。二来,退一步讲,即便上市公司有意愿“兜底”所有股东,但实际操作中仍可能出现实控人破产、董事长离任、上市公司被并购等导致无法兜底的情形。

再次,兜底式增持虽然对公司的动态进行披露,但并未起到帮助投资者准确把握信息的作用,反而有可能增加信息的不确定性。此外,针对可能存在的员工与非员工间的不同兜底承诺,还会涉及股东权益分配不公等问题。

综上分析,兜底式增持虽有一定益处,但隐患更大。投资者应擦亮双眼,对兜底式增持背后的风险要保持高度警惕。绝不可听信少数上市公司实控人的个人承诺,跟风爆炒“兜底概念股”。要知道,天下没有免费的午餐,选择好公司最终还是得回归基本面。

(据《经济日报》)

ICBC 中国工商银行 温州分行

让幸福来得早一点!

房抵e分期

有房无贷
工行按揭贷款

客户均可办理



工行温州牡丹卡

*年化利率以业务申请时测算为准(未考虑提前还款),
产品信息详询工行瑞安支行各营业网点。
申请结果以我行实际审批结果为准。

费率优

2.5%
限时优惠
年手续费

期限长

8年
最长

额度高

150万
最高

购车、家装、婚庆、旅游、教育等
日常消费均可使用

