



习近平向中俄友好、和平与发展委员会第十五次双方全会致贺辞

新华社北京9月6日电 9月6日，中俄友好、和平与发展委员会第十五次双方全会在俄罗斯符拉迪沃斯托克举行。国家主席习近平向全会致贺辞。

习近平强调，中俄友好、和平与发展委员会成立28年来，秉持弘扬友谊、促进合作的初心使命，全力服务中俄关系大局，厚植两国关系社会民意根基。希望委员会以这次

会议为契机，积极发挥两国民间交往主渠道作用，书写新时代两国人民相知相亲、风雨同舟的友好篇章。

同日，俄罗斯总统普京也向全会致贺辞。

湖州超半数行政村开展乡村运营

今年底力争所有村集体年经营性收入均超80万元

记者 陆晓芬

本报讯 “游客来自全国各地，暑假基本都是冲着玩水来的，一张饭桌一晚上能翻台4次，根本忙不过来。”昨天，安吉县昌硕街道石鹰村一民宿负责人向记者说起这番“甜蜜的负担”。石鹰村党支部书记、村委会主任何丽燕笑着补充说，暑期村里日均游客量近万人次，村民确实忙得不可开交。

藏于绿水青山之间的石鹰村，虽风景秀丽却地处偏远，一度“穷得揭不开锅”。何丽燕介绍，转变始于乡村运营思路的突破——把好山水盘活。经专业评估，该村水生态产品20年开发经营权总估值

约1.008亿元。“由安吉县水利投资发展有限公司收储后，与浙江安吉虹鹰旅游发展有限公司合作经营，村集体按比例分红。”她预计，今年该村集体经营性收入将突破200万元。

作为中国美丽乡村发源地，湖州积极探索如何让乡村焕发生机，乡村运营便成了关键抓手。2018年起，我市启动乡村运营实践，如安吉鲁家村引进企业统一运营18个家庭农场，构建“村+公司+农场”的产业链模式。市农业农村局介绍，多年来，我市坚持乡村建设与运营同步推进，各地在提升基础设施的同时积极探索运营新路径。目前，全市911个

行政村中已开展乡村运营的有456个，占比50%以上，其中整村运营的行政村达88个。去年，还出台了全国首个乡村运营市级地方标准。

“乡村运营绝非套用模板，而是要因村施策，整合碎片资源，量身定制长远而独特的发展路径。”市农业农村局表示，目前全市已形成七大运营模式，包括“盘活存量+标准供地”“一产打底+多产融合”“龙头引领+农户参与”“非遗传承+文旅赋能”“青年入乡+创客驱动”“片区抱团+互利共赢”及“品牌塑造+流量引领”。

此后，我市又在全省率先启动组团式未来乡村建设，打造以“片

区组团运营”为特色的中国式现代化美丽乡村建设路径，49个片区运营成效显著。其中长兴县水口乡8个村资源禀赋各异，通过“拆墙抱团、打通脉络”实现优势互补；顾渚村作为流量入口吸引游客，水口村深耕果蔬种植等，共同构建资源联动、体验丰富的全域旅游闭环。该乡曾经默默无闻的江牌村，在村口办起了越野赛，村集体年经营性收入从5年前的10余万元增长至去年的88.54万元。

据市农业农村局介绍，下一步，我市将持续深化乡村经营体系建设，力争到今年底实现所有村集体年经营性收入均超80万元，进一步夯实共同富裕基础。

9月3日，航拍南浔区练市镇荃步村，绿水环绕，风景优美。近年来，该村大力发展乡村旅游，打造特色景区，建设文旅项目，挂牌影视基地联盟，激发乡村活力，年客流量达20万人次，预计今年村集体经济可达200万元，走出了一条文旅兴村、产业富民的绿色发展之路。

记者 陆一平 摄

连坤明赴德清县深入外贸企业开展服务保障时强调

以更大力度更实举措推动外贸出口高质量发展

记者 崔松云

本报讯 9月5日上午，市委副书记、市长连坤明赴德清县深入外贸企业开展服务保障工作。

随着户外运动兴起，“户外+”产品迎来市场爆发期。在浙江泰普森实业集团有限公司，连坤明走进企业产品展示空间、性能测试实验室等，详细了解企业外贸出口、市场拓展、产品研发等情况，对企业坚持科技创新，以产品轻量化赢得市场相关做法表示赞赏，并希望企业持之以恒强化创

新、苦练内功，以更大力度推动技术创新、产品迭代和品牌建设，推出更多高附加值、适销对路的产品，在市场竞争中抢占先机、赢得主动。

连坤明强调，要坚定发展信心，持续打好“稳拓调优”组合拳，以自身工作的确定性应对外部环境的不确定性。要注重精准施策，“一业一策”“一企一策”实施定向帮扶，千方百计帮助企业争订单、拓市场。要强化责任落实，以清单化管理、闭环式推进，全力提升外贸“一站式”服务质效，推动外贸出口稳量提质、高质量发展。

我市4个项目入围“创客中国”全省总决赛

记者 邵鼎

本报讯 第十届“创客中国”浙江赛区暨“浙江好项目”中小企业创新创业大赛总决赛入围项目公示日前结束，经各赛区推荐、组织行业赛复评，今年共有30个项目入围全省总决赛。我市共有国测量子科技（浙江）有限公司年产十万只芯片原子钟、浙江华熔科技股份有限公司液流电池柔性石墨双极板、鑫精合激光科技集团股份有限公司高效低成本金属增材制造技术工程化应用、湖州升畅科技有限公司车

载光核心器件“超短焦镜头”的国产突破4个项目成功入围。

这4个项目是从湖州赛区131个优质报名项目中遴选出，覆盖新能源、智能制造（设备）、新材料等新兴产业。

作为全省“双创”标杆品牌，近年来“创客中国”大赛有力推动湖州智造发展。截至目前，湖州赛区已累计吸引600余个优质项目参赛，成功推动62个项目落地转化，撬动融资近10亿元，25个项目成长为“专精特新”企业，其中“小巨人”企业14家，为我市产业转型升级注入了强劲动能。

向世界传递江南文化魅力“海外达人湖州行”落幕

记者 王洁涵

本报讯 由市文化广电旅游局等举办的“海外达人湖州行”活动日前落幕。来自摩洛哥、俄罗斯、西班牙、伊朗、韩国等10国的海外达人组成采风团，深度体验湖州深厚的文化底蕴和自然风光。

在为期3天的行程中，海外达人们先后探访南浔善琚湖笔小镇、南浔古镇、湖州三街、赵孟頫故居旧址纪念馆、长兴太湖博物馆、长兴川步村、太湖龙之梦乐园、莫干山景区等地，参与湖笔制作、茶文化体验、古镇夜游

等活动。在善琚湖笔小镇，西班牙达人劳尔在体验选毫、制杆后，发出感慨：“千万毛中拣一毫，这是中国匠人最动人的坚持。”丰富的采风体验活动，让这座城市留下了“国际好评”。

“通过邀请海外达人走进湖州、深入湖州，来展现我们‘丝绸之府、鱼米之乡’的文化特色，可更好诠释‘在湖州看见美丽中国’的品牌内涵。”市文化广电旅游局介绍，达人们还通过社交媒体向全球分享湖州之旅，提升湖州作为“东亚文化之都”的国际影响力，为湖州文旅产业发展注入新的活力。

田地“营养餐”智能定制



吴兴区供销社创新设立的全省首个智能化配肥站，近日在加紧生产田地“营养餐”。该配肥站通过土壤取样和检测分析，生成个性化配方，不仅实现科学施肥，还可降低农户成本，提高肥料利用率，进一步助力农业绿色高质量发展。

记者 陆一平 摄

巧用“边角料”纾解“停车渴”

我市新增29处公共停车场共4890个泊位

记者 王艳琦

本报讯 “之前来这里玩，找车位很麻烦，现在有了停车楼，太方便了！”日前，来自上海的游客陈女士，忍不住夸赞我市德清县莫干山镇庾街停车楼的便利。

这一让外地游客点赞的变化，正是我市聚焦民生需求、破解停车难问题的生动缩影。记者从市综合行政执法局获悉，为切实解决市民“停车难、停车烦”及游客节假日停

车拥堵问题，我市深度挖潜、盘活边角空地、待建土地、桥下空间及景区周边闲置空间等资源，新增29处公共停车场，共计4890个停车泊位，目前已全部完成设施调试并开放运营。

据悉，此次新增的公共停车场，不仅覆盖城区居民生活区、商业区，更精准对接景区、乡镇等重点区域需求，运营模式兼顾普惠性与灵活性。部分停车场设置半小时免费停放时段，多数实行分时段

梯度收费，部分区域推出包月优惠服务，多地还设有免费开放的停车场，以满足不同群体的停车需求。

停车场投用后，不仅方便了市民游客日常出行，也为商户经营带来便利。在吴兴区爱山街道众鑫广场附近经营服装店的赵女士，此前常因顾客停车难发愁：“之前，不少老顾客说想来看看，但往往因停车麻烦不来了。现在原爱山派出所临时停车场投用，34个泊位就在店附近，明显感觉到店的客人变多了，

生意都顺了不少！”

在南浔区菱湖镇，新墩小区东侧停车场内的146个免费泊位，同样赢得居民认可。“我们小区车位紧张，之前只能把车停在路边，现在这边多了免费车位，方便多了，这真是实实在在的惠民好事！”居民李女士说。

市综合行政执法局表示，后续将持续跟踪停车场运营情况，根据市民反馈优化管理服务，进一步盘活全市停车资源，为改善城市交通环境、助力文明城市建设提供有力支撑。

御梵化妆品从技术代工到自育品牌——

“香”飘四海



记者 倪晶

连日来，在南浔古镇东大街，一家BESCENT捕氛者——国潮香氛南浔文创店，不时吸引着年轻人来此寻香。这是湖州御梵化妆品科技有限公司打造的集合店，陈列着企业生产的各种香水香氛产品，其中多见“巴莉奥（BARRIO）”品牌字样。

“我们企业是做代工起家的，但

一直想打造自己的品牌。”御梵集团董事长、御梵化妆品总经理曹慧星介绍，御梵集团有40多年的化妆品生产经验，专注于香水香氛领域，拥有超170项相关知识产权，凭借优越的研发生产体系，公司为国内不少香水品牌代工。

转变源自2016年御梵化妆品在湖州成立。随着生产总部、创新研发中心、香氛艺术馆等建立，2017年，御梵化妆品推出自有品牌“巴莉奥”，定位于小众沙龙香。

“做好品牌的前提是做好产品，关键在于制造工艺的深度研究。”曹

慧星说，酒精一直是香水主流挥发溶剂，对香水品质有决定性影响，企业从基础原料入手，创新研发出香水专用底水来降低酒精的异味和刺激性，成功拿下发明专利。同时，研发了拥有专利的催醇技术，有效缩短香水的醇化时间，让香精和香水底水融合得更加充分，使香水品质更稳定、香味更持久。

创新浇灌出品牌生命力。目前，“巴莉奥”已拥有线下销售网点4000多家，品牌专营店10余家，线上平台覆盖全网。其中，爆款小羊皮香水总销量突破100万支。