

丹灶举行“阅读素养培养”成果展示活动

师生同台表演 展现“悦”读成果

珠江时报讯(记者/陈时然 通讯员/邹卫平 李健兴 摄影报道) 11月11日,丹灶举行“阅读素养培养”成果展示活动,全方位展现“阅读素养培养”工程的经验与优秀成果,表彰一批先进典型,进一步推动丹灶“阅读素养培养”工程向纵深发展。

“阅读素养培养”结硕果

当天,在丹灶镇有为小学的广场上,全镇10所中小学设立了各具特色的“阅读素养培养”成果展示摊位。学生代表神采奕奕地进行详细介绍,吸引不少来宾驻足观看并点赞。

在“阅读素养培养”成果展示环节,各校师生同台表演,通过亲子童话剧、朗诵、舞台剧、演讲、童谣等,将各校阅读素养培养活动风采展现出来。

丹灶镇金沙小学和丹灶镇罗行小学的代表分别向与会人员分享“阅读素养培养”工作的



“阅读素养培养”成果展示环节,各校师生同台表演。

经验和效果。为推进“阅读素养培养”工程建设,金沙小学致力于构建人文经典的校园文化,开展丰富的师生读书活动,与家庭、社区联动,为学校内涵发展找

准了支点,为教师成长提供了平台,为学生发展奠定了坚实基础。罗行小学则大力推进扬采阅读工程,举办读书节、英语节等活动,为学生提供阅读展示的

平台,开展“书+网”课外阅读课程、“南海领读者·书香校园行”、课题研究等一系列活动,依托多个社团活动深化阅读素养培养,让阅读成为学生的一种习惯。

6所学校获评特色学校

自2020年11月启动丹灶镇中小学“书香丹灶”全阅读工程以来,丹灶各中小学以落实立德树人根本任务为宗旨,以学生可持续发展的理念为导向,激发学生阅读兴趣、培养学生阅读习惯和品格、提升学生阅读素养,推动“书香校园”“书香家庭”“书香社区”建设,进而推动“书香丹灶”建设。

在校园阅读浓厚氛围的带动下,家庭阅读、社区阅读的氛围越来越浓郁。全镇10所中小学被评为丹灶镇“阅读素养培养”达标学校,其中6所学校被评为“阅读素养培养”特色学校。

当天活动,丹灶镇教育发展研究中心为获得“阅读素养培养”工作先进个人、优秀教师、优秀学生、优秀家庭和特色(达标)学校颁发证书。

“两年来,丹灶镇各中小学在区政教研部门的指导下,提高了认识,加大了投入,保证了时间,

强化了研究,美化了环境,取得了成果。”丹灶镇教育办、镇教育发展中心主任何永绍表示,下一阶段,丹灶将加大力度推进阅读素养培养的纵深发展,不断提升全镇中小学生学习素养。一是在创建特色学校的基础上,打造一批阅读素养培养的示范性学校;二是加大队伍建设和研究力度,提升阅读素养培养的科学研究性和持续性;三是继续开展形式多样的活动,引导广大师生和群众把阅读作为生活中的重要组成部分;四是加强学校与各种社会资源之间的整合,为丹灶中小学阅读素养培养工程注入源源不断的动力和活力。

南海区教育发展研究中心主任郑兰桢表示,希望丹灶镇教育发展中心和各中小学校在取得已有成就的基础上,充分利用现代教育技术,加大力度推进“阅读素养培养”工程,在培养特色、打造队伍、教育科研等方面寻求新突破。

玮基厨具积极拥抱数字化转型,产品覆盖60多个国家

每年售出超1000万件烘焙器具

日前,记者走访佛山市南海玮基厨具有限公司(以下“玮基厨具”)的直播基地发现,这里每天至少进行两场直播,展示超80款产品。在零售仓库里,工人们则各司其职,井然有序地进行分拣、复核、包装、出库,呈现出一派热火朝天的景象。这些来自丹灶的烘焙器具,将会被发往全国各地乃至全世界。

这个“双11”,玮基厨具通过抢抓生产进度、提升直播时长频次等,在电商平台上实现产品销售新的突破。

创立自主品牌 进军线上零售

作为广东烘焙器具10强企业之一,玮基厨具在2013年成立了自主品牌CHEFMADE学厨(以下简称“学厨”),开始全球化品牌布局。

在拓展各省市代理商的同时,2014年学厨跟随大势,进军自营线上零售业务,创建品牌的天猫旗舰店,并进入京东自营系统,加入了电子商务大军。

目前,学厨拥有21个电商渠道、100个直营店、300多个经销商,覆盖60多个国家,500多种烘焙器具每年可售出超过1000万件。

玮基厨具总经理陈国基介绍,今年“双11”第一波热潮始于10月31日20时,从销售情况看,学厨迎来开门红。“作为参加‘双11’促销的‘老兵’,应对‘双11’的销售高峰,学厨早已得心应手。”

在学厨的零售仓库,记者看

到,工人们正熟练地进行取货、核验、装货、打包。“发货量太大了,我们必须加快速度。”正在包装货物的工人说,“双11”大促以来,订单量猛增。据介绍,学厨的零售仓库有一套完善的发货流程,从客户下单到订单入仓,再到货物发出,只需15分钟,发货量日均最大可发出5000份订单。

10月以来,学厨的抖音账号每天都会进行两场直播,平均每次持续3个小时,一次会有80余款产品上线,供客户选购。在天猫、淘宝、京东、小红书等平台,学厨也利用短视频、海报、推文等形式,加大对产品的宣传力度。

陈国基表示,除了流量、成交额,学厨会把更多精力放在品牌建设和产品开发上。“作为自主品牌,学厨一直严格遵循价格体系,严控产品质量,以品牌价值赢得客户。”



工作人员进行直播带货。

提议成立电商协会 助力传统企业“触电”

五金产业是丹灶的传统优势产业。目前全镇有各类五金制品企业约6700家,工业年产值超300亿元。其中规模以上企业286家,产值超亿元企业61家,产品涵盖灯饰五金、厨卫五金、汽配机械等3万多个品类,市场潜力巨大。

面对“货源优质,销路难寻”的困境,丹灶不少五金企业通过“触电”转型,拓展销售渠道。今年5月,南海针对电子商务新业态发展出台了《佛山市南海区促进电子商务发展扶持办法(试行)》,大力支

持企业发展电商,坚定了五金企业通过电商进行营销端转型升级、拓展更多市场空间的信心。

6月,丹灶召开稳增长促消费企业座谈会。“希望丹灶能成立电商类协会,从而培育更多电商企业,抱团发展,帮助企业降低运输成本、拓宽销售渠道、提高企业知名度,打响丹灶制造品牌。”陈国基会上提议。

企业有需求,政府有回应。11月10日,记者从丹灶镇经济发展办公室了解到,经

政府牵头指导和企业多方努力,丹灶镇电商协会正紧锣密鼓筹备中,目前已吸引超30家意向入会的“触电”企业,有望在12月正式成立。

丹灶镇经济发展办公室主任舒洪表示,要推动电商产业规模发展,“抱团”发展是重要抓手。传统销售渠道以及个人消费方式的转变,使得电商产业蓬勃发展。电商协会的成立,可以为企链接政企资源、搭建交流平台,进一步提升市场竞争力,让更多人通过电子商务选择“丹灶优品”。

南海普法·伴您同行
生活法

民法典篇—— 借款用于共同生活 属于夫妻共同债务

小华和小翠是夫妻,小华以买车为由,向其朋友小鹏借了15万元。借钱时,小翠并不知晓此事。

两年后,小华无法偿还借款,小鹏多次催要无果,遂将小华和小翠二人诉至法院。小华对此无异议,小翠却主张,其不知晓借款一事,买车也没有用向小鹏借的钱,不应承担还款责任。小鹏则能够举证证明,小华经常开车接送小翠上下班以及孩子上下课。小翠需要承担还款责任吗?

《中华人民共和国民法典》第一千零六十四条:“夫妻双方共同签名或者夫妻一方事后追认等共同意思表示所负的债务,以及夫妻一方在婚姻关系存续期间以个人名义为家庭日常生活需要所负的债务,属于夫妻共同债务。夫妻一方在婚姻关系存续期间以个人名义超出家庭日常生活需要所负的债务,不属于夫妻共同债务;但是,债权人能够证明该债务用于夫妻共同生活、共同生产经营或者基于夫妻双方共同意思表示的除外。”

根据上述法条,夫妻共同债务需要夫妻双方共同签名,或者未签名的一方在事后予以追认。一方借款,金额不是很大,用于家庭日常生活需要,债权人无需举证,推定为夫妻共同债务;借款金额较大,超出家庭日常生活需要,则需债权人举证,如果能够证明借款用于夫妻共同生活、共同生产经营,则可以认定为夫妻共同债务。

本案中,小华和小翠借的15万元超出家庭日常生活需要,债权人小鹏能够证明借款用于小华和小翠家庭共同生活,可以认定该15万元是夫妻共同债务,判决由小华和小翠共同偿还。

整理/珠江时报记者 原诗杰



南海普法



工人们熟练地进行取货、核验、装货、打包。