

新金坛·新高度 见证

光影书写金坛巨变

王玉华

曾几何时,我走进了光与影,而不能自拔;曾几何时,我掌握了光与影的巧妙组合,留下世界无尽的美;又曾几何时,我用光与影,留下金坛城市建设的美景,留下美丽乡村的缩影,留下车间繁忙的瞬间,留下抗战老兵的风采……

有人说,揭示世间表象下的神秘与陌生,这就是摄影真正的魅力。而我认为,随着科技的发展,社会的进步,摄影从黑白到彩色,从简单到抽象,给人们带来震撼与视觉冲击的同时,更要富含思想与灵魂。对于摄影师而言,眼睛是心灵的窗户,眼神就是沟通、交流的桥梁与纽带,从而留下美丽和感动的瞬间。例如,围绕“两个加快”,我多次走进企业车间,在与工人交流的瞬间,通过“抓拍”捕捉他们的专注的瞬息。在采访抗战老兵过程中,我多次登门拜访,面对面交流,与他们促膝谈心,陪他们一道笑,陪他们一起哭,一道回顾烽火连天的岁月。

摄影,于我,是一种技术,一份工作,更是一种爱好。每一次触摸相机,捕捉精彩画面的瞬间,都是一次心灵的震撼,每一次摄影,都是一次创作的过程。改革开放四十年来,金坛发生翻天覆地的变化。尤其近几年来,我区加快实现“两个加快”目标,“四大板块”同频共振,滨湖新城快速崛起,加快融入常州主城区,人民生活幸福美

满,尤如一幅美丽画卷在长三角地区缓缓舒展,作为一位摄影人,我有什么理由不留下这精彩的一幕呢?

有人说,摄影师需要创造,用灵感去发现并留下美。而我认为,摄影师除了要有敬业精神外,更有一份责任与担当,我依旧行走在光与影的道路上……



2018年9月,空中看金坛,短短数十年,金坛城日新月异,“新金坛”拔地而起。



2007年9月,高速通车



2007年9月21日,鸟巢留影寄相思



登冠巨龙舞京城,奔腾欢庆贺回归——1999.12.20北京天安门广场



2006年5月2日,低歌婚礼进行曲



2015年7月31日,金武快速通车



一号农场



2018年9月,水美乡村——谢桥村



2012年12月10日,送子参军



1997年5月9日,九旬老人进城观新景



1997年3月26日,农技人员义诊到地头

长荡湖野生水产正式上市

9月29日,长荡湖野生水产品正式上市,丰富市民的餐桌。长荡湖自9月15日开捕以来,经过茅山竹海农产品商贸有限公司半个月时间的试运营,长荡湖野生水产品出现“产销两旺”的良好势头。

长荡湖野生水产品由江苏茅山竹海农产品商贸有限公司负责销售,首先是实体店销售,即茅山竹海金坛特产馆、城市生活馆、茅山竹海长荡湖旗舰店、长荡湖水产华城二村专卖店、西门菜市场长荡湖水产专柜、峨嵋菜市场长荡湖水产专柜。其次是电话订购,从即日起,客户当日17:30前电话订购并确定提货门店,次日早晨7:30后可到预约的

店购买。三是微信订购,即客户当日17:30前在微信公众平台茅山竹海商城预订,次日早晨7:30后可到预约门店取货。单次购买100斤以上可安排送货上门,城区配送费0.5元/斤,主要品种有鱼、虾、蟹等,其中灰鲢每条5斤以上,白鲢每条3斤以上,白鱼每条1斤以上,价格均以门店挂牌价格为准,全区统一销售价格。

江苏茅山竹海农产品商贸有限公司作为我区农业产业化贸易龙头企业,已与当地及周边130多家农产品生产加工企业和合作社建立采购销售合作,销售农产品超过300个。目前,已形成线下+线上销售相结合

的销售格局,在区域内按照“金坛小京东”的定位,打造区域城乡居民生产生活综合服务网络。同时,开展与众多平台的合作,开设网上直营店,推广销售地方农副产品。为顺应新零售发展的趋势和供销社解决“农产品进城、工业品下乡”流通网络体系建设的要求,公司已经开始布局建设覆盖金坛全域的流通体系网络,通过健全区、镇、村(社区)三级流通网络体系,和线上线下的资源整合,让金坛市民随时随地享受到茅山竹海提供的网上下单、半小时配送到家的服务。按照“买金坛,卖全国”、“买全国,卖金坛”的设想,公司正加大全国优质农副产品、特产资

源的挖掘,积极寻求合作共赢,让金坛人民享受到原产地、品质放心、价格实惠的好产品。计划三年内,完成区域内城乡三级实体店建设,总数达到100家,实现全覆盖;在沪、宁、杭、苏、锡、常等大城市开设旗舰店;建立网站、APP、微信等共生的网络平台,力争到2020年公司销售总额突破2亿元。

蒋建君 祁欢欢

