

党旗在一线飘扬

传承红色精神 创新社会治理

翔安区金海街道挖掘新动能,探索基层治理新路径



▲兼合式党支部驱动功能型党支部,引领各方力量冲在一线。(金海街道 供图)

本报记者 邵凌丰 通讯员 李晨

7月27日下午,台风“杜苏芮”来临前,王玉婵穿着志愿者红马甲,与社区工作人员一起走市场、进店面,宣传防台风内容、提醒安全要点。60多年前,作为“欧厝民兵女英排”的一员,王玉婵与“女英排”成员们白天生产劳动、晚上站岗放哨。

时间不同、年龄不同、着装不同、任务不同,但“女英排”成员都有一片赤诚之心,她们坚守在守护家乡的第一线。无论是欧厝社区的“女英排”“钢铁排”,还是澳头的女民兵,战争年代的红色精神,早已深深扎根在金海街道这片土地上。明天就是“八一”建军节,记者走进金海街道的欧厝社区与澳头社区,看红色传统如何传承,如何转化为如今基层创新治理的重要动能。

潮起金海,万象更新——波光粼粼之中,总有一片耀眼的红色,振奋人心。



▲“女英排”成员走街串巷宣传防台风信息。(魏源标 摄)

红色血脉新传承
欧厝社区

只要组织有需要 身先士卒上“前线”

“您有空吗?”社区党委书记张晖杭站在王治家门口朝里喊。

“在煮饭。”75岁的王治一边擦手,一边风风火火地走出来。

“台风要来了,请您帮我们一起走访做一下宣传。”张晖杭说。

“没问题。”王治转头进屋,交代了午饭,穿上红马甲,就出门了。

7月27日,台风“杜苏芮”来临前,作为“女英排”的一员,王治和72岁的王秀迎、76岁的王玉婵一起,拿

着小喇叭和宣传册,到市场和沿街店面做宣传,还到街坊邻居家中,确保防台防汛信息传达到每家每户。

尽管年过七旬,但“女英排”成员们身子骨都还硬朗。“女英排”成员王美珍、王马刊和王金边边走边对记者说:“只要组织有需要,我们随时来帮忙。”

“女英排”的成员们如今仍在为社区治理贡献自己的力量。村容村貌要整治提升,她们带头参与,不只是清理自家房前屋后,还动员周边村

民一起干;疫情防控需要人手,她们积极报名参加,除了现场执勤还捐出物资,社区卫生所如今每天还能看到她们的身影;邻里间有矛盾纠纷,她们主动靠前,发挥“老人”的优势,早发现、早介入、早化解,维护社区团结稳定。

“我们不辛苦,都是为组织做力所能及的事。”王玉婵说。张晖杭则说,乡村振兴和基层治理过程中加入这些“老民兵”能量,运转更为顺畅。

记者手记

共建共治共享

仔细观察“女英排”、“钢铁排”、女民兵哨所成员60多年来的行动轨迹,我们发现:无论是当年炮火纷飞、硝烟弥漫的战斗前线,还是如今调解矛盾纠纷、清理房前屋后的治理一线,总有她们的身影。

在这么长的时间保持“在线”状态,她们让人动容。王治在采访中說:“我们腿脚还方便,如果现在不做,以后就没有机会了。”红色精神赋予她们责任感与紧迫感,激发出她们对家乡的热情,让她们站在深夜的岗哨上,也让她们走上了社区宣传的路上。

重新审视金海街道辖区内社区的发展之路,从中不难看出的是红色精神的传承、红色血脉的赓续、红色传统的接续,其中在彭厝出生的开国少将彭德清,率部血战长津湖、歼灭美军王牌“北极熊团”的红色故事至今仍让金海人称道。而这背后更重要的是,这种红色精神所带来的“共”的能量。

金海街道党工委组织委员、统战委员、街道办副主任郑美妙说,对家乡、对土地那种时不我待的使命感,在红色精神的传承中也传递到年轻一代的心中,增强他们对金海的归属感和向心力——越来越多人参与到社区基层治理中来,形成共建共治共享的良好氛围,进一步激活社区治理创新的更多可能,形成良性循环。

红色精神,在高速发展的金海并不只是传统,更是一种创新的力量来源。

红色精神开新花
澳头社区

设立功能型党支部 探索治理新思路

如今水清鹭飞的澳头社区,当年却是炮火纷飞的前沿阵地——1937年和1938年,日本曾多次想从澳头进犯,被澳头壮丁义勇军和守军陆续击退;1956年澳头民兵的开敌故事也发生在这片海域……澳头民兵哨所与厦门、金门两岛隔海相望,被称为“东南女子民兵第一哨”,哨所一角的澳头海防文化馆就记录着当年的历史,时刻传递着澳头儿女百折不挠、自强不息的红色精神。

当年的海防前沿如今已经成为乡村振兴与基层治理的新阵地,金海街道在这里设立功能型党支部,迈出

治理创新的坚实一步。

金海街道聚焦区域联合共建,根据职能分工的专业性,发挥党的领导核心作用,组建巾帼先锋、老年人协会、华侨联谊会、青年创业等多个功能型党支部,整合多方资源,形成“一核多元、齐抓共管”的基层治理新模式,找准社区治理的痛点聚焦发力,推动疑难问题解决,切实发挥组织聚合合力。

巾帼先锋与青年创业党支部,在社区村容村貌整治提升工作中冲锋一线,联动各方资源发挥重要作用,有效推进社区人居环境整治提升工作;老年人协会党支部则充分发挥深入基

层、熟悉群众的优势,在矛盾纠纷调解中发挥作用;华侨联谊会党支部推进以党建带动侨建,通过发挥基层“侨胞之家”阵地服务引领作用,强化侨界联络联谊,增强澳头社区的向心力。

在功能型党支部的引领下,澳头社区好消息连连:被文化和旅游部确定为全国乡村旅游重点村,是年度厦门市唯一入选单位,还获评省乡村振兴局乡村“五个美丽”典型示范点;因生态环境整治成效显著,全省雨污分流现场会在澳头召开。此外,澳头华侨联谊会还获评全国侨联系统“侨胞之家”典型选树单位。

中茶海堤

全链条升级促消费 激发茶业新活力

发挥茶产业国有“主渠道”作用,满足终端需求,带动有效供给

本报记者 沈彦彦 通讯员 吴佳慧

2022年,中国茶叶内销总量达239.75万吨,增长9.56万吨,内销总额达3395.27亿元,同比增长8.82%……亮眼数据说明了中国茶产业在扩内需、稳消费方面的重要地位与良好前景。面对市场新需求和国内外国际新形势,中国茶叶市场稳步增长,终端需求不断升级,以可感知的速度效率,描绘行业发展向上曲线。

作为中国茶产业的国有“主渠道”,中国茶叶股份有限公司将实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合,以匠心坚守促进品质提升,以技术创新推进产业迭代,以崭新场景传播中国茶文化,继续以行业“排头兵”的姿态,诠释70年“为国谋茶”的使命担当。

近日,中茶海堤以“勇立潮头海堤乘风”为主题在厦举办2023年度商务大会暨中秋新品发布会,全方位展现中茶海堤战略升级、品牌升级、技术升级、供给升级、渠道升级的链条迭代,成为中国茶叶股份有限公司在茶产业“新消费”时代,以“心”焕“新”扛起中国茶产业“飞天”使命的一个缩影。



中茶海堤发布中秋新品。(本组图中茶厦门公司提供)

产品迭代

茶中“飞天”惊艳亮相

在2023年度商务大会暨中秋新品发布会上,中茶海堤中秋新品也揭开面纱。“复活”的“敦煌”牌惊艳“飞天”,“敦煌”牌飞天大红袍首次亮相,这款茶中“飞天”备受市场关注。

“敦煌”牌注册于上世纪五十年代,在相对封闭的计划经济时代,“敦煌”牌茶叶突破了贸易封锁,把中国茶出口到全世界,通过出口创汇为新中国的经济建设提供了有力支撑。今年,中茶厦门公司复活“敦煌”牌,围绕“中国风、国际化、文化性”三大支点对这个充满浓浓中国味道、在国际茶叶市场上大名鼎鼎的老品牌进行全面塑造、开发。这款茶中“飞天”也将走向国际,让世界喝到中国好茶。“敦煌”牌飞天大红袍”严选产自武夷山风景区内的大红袍为原料,采用中茶海堤独特27道精制工艺,由茶师团队精心调配而成,品种、山场、工艺特征明显,尽显武夷岩茶的岩骨花香,堪称教科书级的茶品;“金中茶-老枞水仙(伽伽版)”精选武夷天心村核心产区50年树龄以上小乔木的老枞水仙为原料,经中茶茶师团队层层严选、精心指导,结合中茶厦门27道精制技艺加工而成,兰香馥郁,枞韵显露,滋味醇厚饱满柔滑,回味无穷。“金中茶-大红袍(铂金版)”甄选武夷天心村核心产区的优质大红袍为原料,经中茶茶师团队层层严选、精心指导,结合中茶厦门27道精制技艺加工而成,兰花香、花果香浓郁,滋味浓醇甘滑,岩韵、山场气息明显,层次感丰富,回味无穷,充分体现了武夷岩茶特有的岩韵(岩骨花香)、“香清甘活”及七泡有余香之独特风味。

战略升级

为消费市场提供高品质产品

探索供给侧结构性改革,推动传统行业转型,“新消费”时代是一个绕不开的话题。“新消费”到底新在哪里?会上,厦门大学经济学院副院长、教授、博士生导师,国家社会科学基金重大项目首席专家郭群以《新形势下,消费品市场格局及未来发展展望》的专题演讲开篇,阐释了新消费背景下,消费习惯、圈层、结构、内涵的迭代——新形势下,新消费的内核离不开全链条的升级,构建从供给到流通再到终端市场可持续发展的崭新生态成为转型的关键。事实上,这也是中茶海堤本次大会的核心与亮点。

“中茶公司与新中国同龄,70多年来,中茶和祖国同心同向,同频同行,始终以做大茶产业、做强茶科技、做优茶文化为使命,在推动经济社会发展、助力乡村振兴、建设美丽中国、茶文化传播发展等重大战略中积极贡献力量,这是中茶人不变的坚守。”中国茶叶股份有限公司党委委员、副总经理吴飞诠释了70多年来中茶的坚守和使命。

吴飞表示,新时代、新征程、新伟业,中茶公司始终坚守“为国谋茶”初心,持续探索建立中国特色现代企业制度,以“做标准、做链条、做技术、做品牌、做渠道、做产品”的“使命六做”为驱动,优化产业布局,深化机制改革,提升品牌营销,经营业绩实现稳步增长,带动行业向高质量发展转型升级。中茶公司将持续主动融入国家乡村振兴战略,以高质量发展带动茶产业向规模化、标准化、现代化、国际化转型升级,打造世界领先的茶叶企业,通过全链条战略升级,满足终端需求,带动有效供给,以茶为媒,为消费市场提供更具品质的产品和更有活力茶生活。

品牌提档

三位一体实现新突破

“这是一个国盛茶兴的新时代,这是一个造就奇迹的新市场。2023年,是充满无限机遇的一年,中茶厦门公司正坚定不移推动中茶‘使命六做’的贯彻落实,在品牌战略、产品战略、渠道战略上革新谋变,用开放的思维在新体系、新模式、新产品上实现突破。”中茶集团福建区域协同平台主任、中茶厦门公司总经理赵大川介绍了中茶厦门在创新求变中坚定“不变”使命的新战略、新举措、新布局。

在品牌战略上,中茶厦门公司将在强化“中茶”核心竞争力的基础上,传承“海堤”,复活“敦煌”,更新消费圈层定位,迭代消费场景定位,打造“中茶”“海堤”“敦煌”三位一体的品牌矩阵。“中茶公司”“中国茶,选中茶”为品牌主张,以“好茶在中茶”为经营理念,“中茶”牌定位国茶礼遇美好生活,打造全茶类中高端产品,体现价值感;“海堤”牌做“老百姓喝得起的放心好茶”,聚焦大众消费,树立口粮茶标杆品牌,体现亲民化;“敦煌”牌则着眼于中国传统文化符号,以“中国的敦煌、世界的敦煌”为定位,结合历史传承与现代国潮,做足中

国味道的文化茶,放眼国际化。”赵大川表示,中茶厦门公司将聚焦“中国乌龙茶行业领导者”这一目标,发力品牌、技术双擎驱动,推动三大渠道市场迭代,以四大区域市场为重点,深耕“岩茶”“红茶”“铁观音”“金花香”“便捷茶饮”五条主线,通过前沿的区位优势、深厚的品牌底蕴,向世界讲好中国茶叶发展故事,让中国茶焕发新的生机与活力。

“一杯杯‘酱色’茶,陪伴市民朋友们走过了数载春秋,‘中茶’‘海堤’‘敦煌’是文化的符号,保存着时代的记忆,凝结着城市的历史和无限的情怀。”中茶集团福建区域协同平台秘书长庄恭曦表示,作为中茶集团下属企业,中茶海堤深耕茶业69年,是中茶集团在品牌建设方面融合传承与创新迭代的一个缩影。在全产业链发展的同时,中茶集团继续以科技创新、国际化与企业混改的现代化转型作为重要的战略发展方向,让更多与消费升级紧密相连的好产品不断为消费者提供美好生活体验。



与会来宾参观新品。