



●赤峰市元宝山区元宝山镇南荒村党委书记周海民

■王玉清 高彦庆

当您来到内蒙古赤峰市元宝山区元宝山镇,提起南荒村党委书记周海民,人们没有不伸大拇指的。

周海民48岁,在村里干了20多年。他横下一颗心,抓党建,打造致富火车头;胸有一腔情,抓改制,奔向强村富民路;心怀一个梦,建新村,誓让南荒美起来;身带一团火,讲奉献,不顾小家顾大家。到2015年末,全村工农业总产值由2000年的2.9亿元增加到的6.2亿元;村级收入由2000年的304万元增加到2400万元;农民人均纯收入由2000年的3500元增加到24000元。他也被群众称为南荒村百姓的“贴心人”。

横下一颗心,打造致富火车头

1969年,周海民出生于赤峰市元宝山区的一个农民家庭,生活的艰辛让他从小就立志要改变农村面貌、改变贫困生活。周海民当过兵,任过建丹丝绸厂销售员、三十万吨煤矿办公室主任、会计、南荒村党总支副书记、南荒村党委副书记、南荒村党委书记。

2002年10月,周海民任南荒村副书记之

后,主抓党建工作。他横下一颗心,一门心思琢磨着要让班子硬起来,让农民富起来。

镇里一位领导介绍:“上世纪90年代,南荒村人心不稳,发展迟滞,集体经济面临危机,村里外债一度高达2000多万元,村民怨声载道,上访不时发生。过去,这个村是烂摊子啊!”

南荒村原党委书记王敏太说:“海民任村副书记后,积极配合我的工作,与两委班子成员团结协作,满腔热忱、脚踏实地为老百姓服务,用实绩赢得了村民的拥护。”

周海民分管党建,他主张强化村党委班子自身建设,充分发挥党组织的核心作用。村里严格制定村党委、村委会工作规范和村级组织各项规章制度,以制度管人管事;严格坚持村级重大事项民主决策程序,不折不扣地执行党务公开、村务公开等办事制度;严格村级财务管理,每月村民代表和理财小组都要对村里的财务开支进行审核,定期张榜予以公开,杜绝随意支配动用集体资金现象的发生,真正做到了集体的钱大家管,增强了村民对村干部的理解和信任。

周海民积极运用现代化网络手段,构建农村党员服务网,全村116名党员,共设14

书记身带“一团火” ——记赤峰市元宝山区元宝山镇南荒村党委书记周海民

类100多个服务岗,80%以上的党员上了服务网,将党员的“为人民服务”抓到实处。他们还实施党员“一对一”扩源工作,注重把年轻有为的青年吸收进党组织,为全村的发展储备了后继人才。

周海民积极强化村民自治功能,教育和引导村民支持驻地大企业发展,认真解决群众关心的热点、难点问题。对于占地、拆迁等安置补偿工作,实施阳光作业。把广大村民的注意力更多地吸引到发展生产、致富增收上来。

胸有一腔情,奔向强村富民路

南荒村资源丰富,年产800万吨的平煤集团元宝山露天煤矿,年产45万吨的建昌营煤矿,年产60万吨的昌盛煤矿均在境内。随着经济发展变化,周海民经过详尽调研,向村两委班子提出建议:对村办集体企业——昌盛煤矿和联办企业——建昌营煤矿、元宝山热电厂实施转制。这一建议经过两委班子会议商讨,一致认为可行,提交党员、村民代表大会表决通过后对企业实施转制,这一转,转出效益,这一改,改出了希望。昌盛煤矿三年共向村缴纳租金1020万元,成功化解了原企业1000万元的债务包袱,建昌营煤矿每年向村里上缴承包费1068万元,保证了村集体资产不流失,壮大了村集体经济实力。建筑公司、奶牛公司、农机站等村办集体企业也相继转制,既规避了经营风险减少了集体负债,又培育了新的经济增长点。

原村党委书记王敏太说:“过去啊,周书记作为副职,始终把农民增收挂在心上。他多次在村两委班子会上建议,从土地入手,引技术,调结构,建基地,推动产业化经营。”

南荒村村委会主任刘荣说:“咱村通过平整土地,引洪淤灌、改良土壤,打机电井等科技投入,全村11069亩耕地都成为保水保肥

的高产田。南荒村积极引领村民发展设施农业,截至2015年末,全村经济作物种植面积1240亩;养殖户101户,奶牛年存栏560头,肉鸡、绿乌鸡出栏40万只,育肥猪出栏3000多头,肉羊出栏5000多只,农户从产业化经营中获得收入占到了全村人均收入的70%。

一位村干部介绍说:南荒村的发展无论从集体经济收入还是村民人均收入较2000年都有了翻天覆地的变化,周书记是咱南荒村百姓的“贴心人”啊!”

心怀一个梦,誓让南荒美起来

周海民在村里分管精神文明建设、综治工作、宣传、文教、卫生、农合、美丽乡村建设、“十个全覆盖”工作。

他常说:“经济发展的根本目的就是要造福于民。”这也成为南荒村两委班子始终坚持的原则。

近年来,南荒村集体经济实力不断壮大,他们努力让全体村民共享改革发展成果。2015年,筹资55万元实施了新村广场二期扩建工程。广场内新建停车场一处、灯光球场2个,安装健身器材22件套,安装照明灯24盏,沿广场主路安装路灯15盏,进一步完善了广场的功能,提升了广场的品位。

为了满足党员和村民学习科技文化知识的需要,他们对基层党员活动室进行了装修,增设了LED显示屏、投影仪、电脑等电教设备,购进图书资料5000册,在充分满足党员开展各类活动、集体议事、党建学习、电化教育等需求的同时,还能满足村民图书借阅、上网查资料、观看科教片等需求。

他们筹措资金450万元,对村里主要街路和各村民组的主要街路进行了硬化,共硬化街路5万多延长米。投入资金15万元,对

本村的有线电视网进行了维修和为村民缴纳有线电视收视费,确保村民看上清晰的有线电视。积极争取国家危房改造项目资金,对全村300户危房进行改造。

为村中老人发放养老金。南荒村于1999年建立了给村里60岁以上老人发放养老金制度,2007年,他们提高了养老金发放标准由原来的每人每年480元增加到720元。2015年,该村共为村民发放养老金共计30.4万元。他们还积极与区民政局联系,给本村极端困难的112名村民办理了低保,每人每年能获得低保金2376元,使他们的基本生活有了保障。

从文体生活到教育医疗,从老有所养到幼有所教,从城里住楼房到出门坐轿车,现在的南荒村一年一个样,村民安居乐业,乡村安宁祥和。

周海民对记者说:“一个人本事再大,意志再坚定,力量毕竟有限。南荒村的所有成绩,都是两委班子团结协作的结果。”

身带一团火,不顾小家顾大家

心中有梦的周海民想做一个强村富民的播火者。十几年里,他除了吃饭、睡觉,几乎都在村组奔波。

妻子说:“老周心里就像有一团火,尽想着村里的事,在家里就是待不住,根本没把家放在心上。去年,村里搞村级组织建设,他三天三宿没照面,原来都是过半夜两三点钟到家。”

儿子埋怨说:“去年我考上大学,原计划我爸爸把我送到学校,要呆2天。可是,爸爸刚到学校,单位一个电话,爸爸没站脚,就返回家了,是单位要迎检。”

元宝山镇一位领导说:“周海民心中有个梦,身带一团火,工作尽责任,群众称他是‘贴心人’,这个称号准啊!”

涟水大东市场监管分局 “两学一做”谱新篇

江苏涟水县大东市场监管分局开展“两学一做”以来,列出学习教育清单,从高处谋篇,细处开局。采取集中学习与个人学习相结合,既完成规定内容又创新学习方法,通过撰写“两学一做”心得体会,开展“两学一做”主题征文及“庆七一联系点上过党日”活动、观看《党章知识选粹》《做合格党员》微视频等,确保学深学透,内化于心、外化于行。

进一步降低市场准入门槛,助推大众创业、万众创新。树立品牌意识,申报产品商标100多件,使企业在市场竞争中站稳脚跟,发展壮大。帮助农民创办42户家庭农场,使现代农业插上腾飞的翅膀。培育辖区内农村电商48家,使电子商务这一新兴产业,成为农民增收的新引擎。

(王向阳 李日成 陈裕)

日泰集团领导 顶烈日冒酷暑慰问一线店员



连日来,浙南持续高温,酷暑难耐,给鞋店销售带来了严峻的考验。7月29—30日,日泰集团副董事长金哲敏、营销中心副总经理王微明、商品总监金建盛等集团领导与销售部、商品部、企划部、浙江分公司等相关职能部门负责人,冒着室外温度40多度的酷暑,带着浓浓的情意和爱意慰问了部分浙江台州、温州一线终端店员,为店员送水果和避暑药品。

“你辛苦了!你在这么热的天气里还能坚守岗位,我代表日泰集团向你们表示深深的感谢!”7月29日,金哲敏一行慰问了台州路桥店、杜桥店、椒江店、黄岩店、平湖店一线店员,当看到台州椒江店店长彭针和店员一起在大中午还直立在鞋店门口,金哲敏感动地说。握手致意后,金哲敏给彭针送上了香蕉、甜瓜、凤梨、藿香正气水等暑期慰问品。金哲敏肯定了店员取得的成绩,对一线店员在高温天气下仍坚守岗位,确保销售任务完成的辛勤付出表示感谢,并嘱咐大家在高温季节要采取防暑降温措施,注意劳逸结合,确保导购工作安全。

7月30日,金哲敏一行又慰问了日泰

集团平价店、生活馆、上塘店、浦西街一店、浦西街二店、虹桥店、柳市店等专卖店,当浦西街一店店长汪燕青看到领导冒着酷暑来看望自己时,连声说:“谢谢!”

金哲敏一行连续两天行程2000多里,慰问了数十家专卖店。每到一家专卖店慰问时,金哲敏都与一线店员进行交流,对专卖店的营销、商品、微信推广一系列情况进行了解,特别是对一线专卖店的商品需求、微信营销的应用效果,以及重点环节的费用支出等情况,并要求集团人员要对专卖店的商品、微信营销统筹安排、全面部署、精心组织,抓点带面,确保各专卖店的任务顺利完成。

据悉,日泰集团一直坚持“以人为本”的创业理念,构建了有日泰特色的家文化,日泰大家庭的家人在“互助、创新、坚持、自我”观念引领下,相互关心、相互体贴、互助互爱现象蔚然成风,炎炎酷暑,董事长金哲新、执行总裁余健飞等高管全部到市场第一线和一线家人战斗在一起,共同抵御高温。按照余健飞的话来讲:“日泰人文关怀永不止步!”

(一稿)

为爱坚持十六载 红豆七夕等你来 红豆集团全方位持续打造中国情人节

■ 弘轩

暑热止,秋风凉。苦夏还未结束,金秋即将来临,伴随的是一年一度的七夕佳节。七夕,这个距今已有2000多年历史的中国情人节,已经发展成为足以与西方情人节相抗衡的传统节日。2006年5月20日,七夕节经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。然而,早在2001年,红豆集团便率先举起“红豆七夕节”的大旗举办系列活动,着力将七夕节打造成中国人自己的情人节。

红豆集团每年投入巨资,通过诗歌朗诵会、民俗论坛、笔会、晚会、情歌大赛、寻找当代王维诗歌征集、爱情故事大赛、游园、20万大奖寻找当代王维、综艺活动、征集最爱情故事等等多种形式,分别在全国各地开展活动,并通过各级主流强势媒体传播,结合时代的发展,给这个原属于农耕文明的七夕节注入了新的“时代元素”,延伸、丰富其文化内涵,打造“中国情人节”,努力挖掘、拓展传统节日的文化和精神内涵,让大家喜欢,更让年轻人乐于接受,用实际行动保护、传承、振兴中华民族的传统文化。此举引发轰动效应,并受到社会各界广泛赞誉。著名诗人余光中更是盛赞此举是“用红豆抵抗玫瑰”。

从2001年到2016年,16年的时间,不是一个完结,而是一种延续和传承,岁月的积累使这份坚守变得更加珍重、可贵;16年的时间彰显了一个企业的决心和责任;16年的时间,让这个节日变得更深入人心,令民俗文化复生,也让大众文化共赢。

2016年,红豆集团以一贯的坚持和饱满的热情,率子公司开展了精彩纷呈的七夕系列活动。

通用轮胎作为红豆集团四大产业之一,在挖掘和发扬“情”文化的道路上矢志不渝的推进着。前两季“轮转千回·爱在路上”七夕促销月的感动犹在,2016年通用科技七夕特制活动将在万众期待中再一次华丽回归,伴随着爱与关怀,在这个炎热的夏季带来丝丝清凉。活动形式以刮卡抽奖为主,奖品颇

为丰厚,买两条轮胎即可获得一张奖券,奖品内容均为现金红包,金额在20至100元不等,运气好的司机朋友们还能赢得1000元现金大奖。值得一提的是,本次“千万现金红包欢乐颂”的活动可谓是全民狂欢,中奖率达100%,只要参与就能中奖,更有机会赢取千元现金。

为配合宣传红豆七夕节,红豆股份举办的2016年“感恩汇——红豆致感恩”演讲比赛,从职能、团购、网销、生产和男装连锁五个条线中陆续展开,初赛将持续到8月12日,这标志着第十六届红豆七夕节“红豆·致感恩”环节正式拉开帷幕。此外,红豆男装在全国发起“寻找最美爱的故事IV”大型征文活动,活动围绕“同胞之爱”、“家国之爱”、“父母之爱”、“夫妻之爱”、“朋友之爱”、“手足之爱”、“师生之爱”这七种爱展开,通过寻找发生在你我身边的感人故事散发影响力,用感动聚集爱的魔力,传递小人物大能量的社会正能量。本季“寻找最美爱的故事”活动共分为“爱的回忆”、“爱的诠释”、“爱的继承”以及“爱的永恒”四个阶段,结合连锁专卖、双微、电子商务等方式线上线下联动,由浅入深将“爱”进行升华。

红豆居家也发起“七夕鹊桥仙,我们约会吧”主题促销活动,大力回馈消费者。活动分为三个阶段进行,第一阶段7月30至31日以“爱你到底”为主题,主推红豆棉打底衫,以微信H5、微博话题发酵为主;第二阶段8月6至9日以“你真的好棒”为主题,主打棒球衫+hi bra的组合,发起“爱拼才会赢”微活动,发放红粉福利,同时点赞奥运,为中国奥运健儿加油,网友如果在微博带话题“你真的好棒”为健儿加油,当中国运动员获得金牌时,红豆居家将送出一套棒球衫+hi bra支持奥运赛事;第三阶段8月19至21日以“开学季”为主题,主推亲子居家服,致力打造家文化第一品牌,倡导和谐家文化。

红豆家纺紧跟七夕活动的步伐,在这个七夕节倡导感恩情怀,首推“氍毹之爱”主题,通过“我为父母拆礼盒”、微视频“儿女对父母说的话”等互动环节,及门店促销活动,

再次以“家文化”的品牌理念回馈广大消费者,让陪伴我们的父母也感受到这个七夕的爱意。门店进行反季促销、水洗棉学生被芯推广、婚庆月预热,同时通过有奖征文进行传播,完成门店销量的同时,传播品牌定位优质平价的家纺产品。

谁说七夕情人节是热恋男女的专属?爸爸妈妈和小宝贝们同样值得拥有一个特别的情人节!值此佳节,远东公司小红豆童装以“小红豆、小情人”为主题,举办第二届小红豆童装“衣脉相传”旧衣改造活动,爸爸妈妈将不穿的旧衣为心爱的宝贝改制成独一无二的“新衣”,喻意将父母的爱延伸传承下去,时刻贴身陪伴宝贝。简单的改制,深厚的寓意,远比那些新买的衣服更珍贵。活动旨在让每件衣服都赋予爱的意义,继续陪伴宝贝们快乐成长,传递“爱的延续与陪伴是世间最温馨最浪漫的事”这一理念。

此外,红豆集团全媒体独家冠名央视3套《天下有情人——七夕特别节目》,将于8月9日晚19:55-21:35播出。整场活动选取5对来自不同行业、聚少离多的典型夫妻代表,如消防战士、白衣天使、唐古拉山哨兵……,特殊的岗位性质导致他们常年分居两地,很少见上一面,在今年七夕当晚,采用集红点赞、助鹊桥合拢的互动方式,愿自己的力量,帮助长期分别的爱人如愿以偿,带动观众参与,鹊桥合拢期间,穿插明星表演、歌唱等形式,烘托“天下有情人”终于相会的喜悦之情。在继去年红豆和谐号“情动中国,爱在路上”高铁京沪线首发后,今年红豆再次冠名了又一列京沪高铁,通过高铁上广播报站、玻璃门贴、行李架彩贴、跑马屏、头枕片、小桌板等来全方位营造品牌环效应,进一步提升红豆品牌知名度,以达到最大的宣传效果。

陪伴是最长情的告白,坚持是最深沉的大爱。红豆集团16年如一日,身体力行将民俗文化的传播和弘扬与集团使命、企业文化紧紧结合在一起,用一粒粒小小的相思红豆,搭建出“情文化”星空下的社会履责大义和文化传承强音。