

# 浙江鄞州按下改革“快进键” 拼高质量发展“模范生”



图为鄞州党员干部到一线服务企业 李佳贇 摄

连续四年名列全国综合实力百强区第四位,位居全国中小城市绿色发展百强区第二位、科技创新百强区第三位;2018年实现地区生产总值1820.1亿元,总量继续保持宁波市第一……改革开放以来,浙江鄞州完成了一场又一场的“华丽蜕变”。

面对新征程,改革不息的“鄞州路径”迎来“再升级”。近日,宁波市委常委、鄞州区委书记褚银良在接受中新网记者专访时表示,鄞州将持续打造一流营商环境,构建“热带雨林式”创新生态,争当高质量发展“模范生”。

## 用脚步丈量民情 “服务革命”为发展赋能

作为浙江民营经济高地,在鄞州的经济沃土中,星罗棋布地生长着13万个个体经营主体,在1/12的土地上贡献了宁波1/6的经济总量。然而,随着转型升级步伐加快,企业发展面临挑战较多;社会转型中,多元利益诉求也倒逼传统基层治理方式创新。

为激发“实干、担当、奋进”精气神,鄞州掀起了轰轰烈烈的“进企业、进社区、进农村”活动热潮,百家单位千名干部万名党员聚焦企业、群众和基层反映的痛点堵点,上门开展送信心、送政策、送服务、送关爱工作。

在“三进”活动的声声号角下,鄞州机关干部纷纷从“办公室”走向“田间地头”,用脚步丈量民情,探查鄞州在高质量发展过程的“短板”,“对症下药”地解决基层面临的“顽症痼疾”。

褚银良表示,鄞州不仅通过“五夜联动”,为企业群众“雪中送炭”,还深入开展“大走访、大接待、大回访”活动,建立“群众考干部、企业考干部、基层考部门”机制,还搭建“项目前期攻坚赛”“开发建设进度赛”等擂台,激励镇街部门比学赶超、追求实绩。

作为鄞州“掌门人”,褚银良更是撸起袖子、扑下身子,带头到老乡家中住夜走访,进企业服务解难。“我们将基层作为改革发展的主战场、服务企业和群众的主阵地,希望用干部的‘实干指数’换取高质量的‘发展指数’。”

一子落而满盘活,系列“服务革命”催生了强烈的“化学反应”。截至目前,鄞州累计发现问题9820个,解决问题8527个。褚银良表示,鄞州将坚持“刀刃向内”的自我革命,在三年指标上,确保GDP突破2000亿元,财政总收入突破600亿元,投资突破2000亿元,续写砥砺奋进的“鄞州故事”。

## 培植“热带雨林式”生态 孵化创新活力

但要实现高质量发展“加速度”,光有单一的“服务革命”还不够,还需当地政府积极构建创新“生态系统”,让技术、资本、政策等资源汇聚涌动。

褚银良表示:“鄞州正努力打造‘热带雨林式’的创新生态,集聚更多更优的‘种子’,提供更加肥沃的‘土壤’,营造更加适宜的‘气候’,让创新的激情竞相迸发,实现撒下一颗种子、长出一片森林的裂变效应。”

为集聚创新“种子”,鄞州织密“天罗地网”,网罗天下英才。

褚银良表示,通过积极办好“人才科技智创周”“中科院百名院士专家进鄞州”等特色活动,今年鄞州将引进1个以上百亿项目、5个以上50亿项目、10个以上20亿项目,加快实现人才总数、“国千”“省千”人才、高端创新团队“三个倍增”。

但单有人才“加持”而无平台支撑的创新生态,无异于“空中楼阁”。

为培育平台“沃土”,鄞州以科技“十百千万”工程为抓手,以城南智创大走廊为牵引,扩大中物院、清华长三角等“十大科创园区”能级,同时加快把国家自主创新示范区园中园、软件产业园、东部科创中心等资源串珠成链。

随风潜入夜,润物细无声,鄞州还以“阳光雨露式”的精准服务,滋养创新种子生长。

褚银良表示,针对企业的引才难、创新难、转型难等问题,以及人才的票子、房子、孩子等顾虑,鄞州以“政策资金+产业基金”来扶持新经济新业态,以“政产学研+科技市场”来加快成果转化,以“人才新政+五跑服务”来留住人才。

如今,在政策之风的劲吹下,在产业格局的带动下,鄞州“热带雨林式”生态正蓬勃生长,创新人才与项目亦纷纷“落地生根”,成为当地高质量发展的蕴含力量。

目前,鄞州拥有宁波市级以上“千万人才”91人、企业工程中心210家、院士工作站21家、博士后工作站27家,获国家“双创”示范基地、中国知识产权领域最具影响力县域第一位等荣誉,鄞州大地正激荡成为全域“梦工场”。

## 扩散辐射能量 走出加速“进阶路”

一批批创新型型企业拔地而起,一个个人才“磁力场”释放活力,处在“热发展”中的鄞州正凭发展“好风”,跳出鄞州、放眼全国、布局全球,走出一条不断向外辐射的“进阶之路”。

褚银良表示,鄞州要以“跳起来抢篮板”的勇气,跳出鄞州看鄞州、面向全国找坐标,朝着推进高质量发展、建设高品质区,打造政治生态好、经济生态好、社会生态好、自然生态好的“两高四好”全国示范区阔步前进。

除了抢占区域竞争制高点,鄞州还以更高的站位、更宽的视野,赋能开放融入全球。

“在经济全球化的背景之下,各要素全球流动、全球配置趋势更加明显。”在褚银良看来,面对发展新格局,鄞州要在“走出去”中集聚优势,更好地将鄞州的“朋友圈”融入全球。

鄞州是“老牌”外贸强区,近年来,除了做大做强对外经济,智能制造、数字信息、金融服务、现代商贸等新兴产业也在鄞州“异军突起”,成为鄞州自我革新的“代名词”。

“宁波最大的优势是港口和开放。”在褚银良看来,在经济全球化的大背景下,站位“一带一路”风口,顺着宁波舟山港的黄金航线,让“新经济”与“港口经济”相互嫁接,鄞州将迎来红利叠加的“窗口期”,赢得全球竞争力。

如今,在紧锣密鼓的节奏中,鄞州这一“奔跑者”正奋力跑出“加速度”,拼出新优势,一张高质量发展的蓝图正清晰可见。

(方堃 李佳贇 徐小勇)

## 襄阳市人社局 开展纪念“三八”妇女节暨烈士祭扫活动

日前,湖北省襄阳市人社局组织开展纪念“三八”妇女节暨烈士祭扫活动。

3月8日下午,襄阳市人社局机关干部衣着整齐,精神抖擞,伴着徐徐春风拾级而上,来到市革命烈士纪念馆前,向革命烈士鞠躬、敬献花篮、默哀、重温入党誓词、瞻仰革命烈士纪念碑,通过缅怀革命先烈,强化了责任担当,激发了党员干部干事创业内动力。广大党员干部纷纷表示,将继续发扬革命奉献精神,以实现中华民族伟大复兴为己任,保持永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态,开创人社事业高质量发展的新局面!

(田伯韬 汪剑)



## 《中国钧瓷人物档案》出版发行 王秋红大师入选

日前,由钧瓷文化学者李争鸣先生主编的新书《中国钧瓷人物档案》正式出版发行,中国陶瓷设计艺术大师王秋红为入选的50位大师中的唯一一位女钧瓷家。

《中国钧瓷人物档案》一书对王秋红大师的窑口名称、建窑时间、窑口任职、窑口地址、烧成方式、常用底款等基本信息进行了系统性和条理性地介绍,从王秋红大师的基本人物形象,到详细的从业经历,再到艺术特色和风格演变等,清晰勾勒出王秋红大师的钧瓷生涯,并对王秋红大师的艺术特色进行了简洁明了的总结,方便读者了解王秋红大师的钧瓷作品。

目前,活跃在钧瓷界的河南省工艺美术(陶瓷艺术)师近200人,本书为其中的50位大师建档立传,作者为此制定了“四有”的基本标准:一是有窑口,且建窑时间较长;二是有称号,属省级以上工艺美术大师或陶瓷艺术大师;三是有特点,其作品在社会上有一定的美誉度,基本形成了一定风格,在某种程度上能够代表钧瓷发展高度;四是有影响,在不同的媒体有过介绍或获取过较有影响的大奖,能够代表神皇瓷区整体形象。

(本报记者 李代广)

## 满园春色关不住 花重锦官筑梦来 天府春花节植物园花展缤纷启幕 “探索自然 感悟生命”等20多场科普活动也将陆续展开



阳春三月惠风和畅,百花次第开放。2019年3月8日,成都市天府迎春花节活动在成都植物园盛大开幕。成都地铁3号线,把蓉城市民从四面八方吸引到这个春意盎然、鸟语花香的天然氧吧。

围绕在成都市十三次党代会和市委十三届三次全会提出《中共成都市委关于深入贯彻落实习近平总书记来川视察重要指示,加快建设美丽宜居公园城市的决定》,建设“碧水蓝天、森林环绕、绿树成荫”的美丽中国典范城市和高品质宜居生活城市,重现“绿满蓉城、花重锦官、水润天府”的盛景,以“全域增绿”为基底,依托适宜的自然资源条件,植根悠久的历史花木历史渊源,立足深厚的群众基础,持续举办以“筑梦新时代,花重锦官城”为主题的天府春花节。本次成都植物园花展从3

月8日开始到4月18日结束,有一个多月的时间可供游客观赏驻足流连。

成都植物园的负责人介绍道,目前,植物园里300多株约10多个品种的特色梅花已在2月中旬高调绽放。另一片花型如钟的早樱品种也招来了如潮的踏青游客。接下来将如期开放的普贤象、一叶樱、飞寒樱等十多个晚樱品种,会以更亮丽的风姿迎来又一波观花热潮。“这些品种自2018年从云南引进,目前在成都其他地方都看不到。”

今年的春花展,仍以野趣和科普见长,同时又增添了些许新意,60多个品种约70万盆的时令鲜花,布置于植物园的门区、广场、前山春景区、中心区及后山大草坪区,成片的虞美人、大(小)花樱草等组成的花海,任由游客朋友自在欢快地摆POSE;小小花境中,通

过手机“花伴侣”或“形色”等软件,人们便可认识几十种鲜花,在这里,你会惊叹“芹菜”居然也会开出如此大而美丽的花朵(此花名为“花毛茛”),“莲花白”居然也会如此鲜艳(此花名为“甘蓝”),“冬寒菜”的花也会这么耀眼(实名为“天竺葵”)。至于像桃花、海棠、梨花等老牌春花,也正绽放出最美的笑容期待观众的到来。

鲜花丛中,赏花观众偶尔还会欣喜地发现一只或多只小动物在向你致敬——憨态可掬的企鹅、温顺灵动的小鹿、肥胖可爱的小猪,一切的一切,无不彰显新时代人与自然和谐共处的大美。与此同时,在春光烂漫、生机盎然的植物园里,由成都市植物园、成都市儿童福利院和成都科技馆中心共同举办的“探索自然、感悟生命”成都市儿童福利院儿童

## 以战略眼光、务实行动,为茅台未来更好布局

从大处着眼。关键是站位要高、定位要准、想得长远,把工作做深。作为市场这个环节,要更多围绕提升茅台的“形象”“气质”来谋划和思考。

从小处着手。重点是身边人、身边事抓起,把工作做实。在文化传播方面,除了讲好一些已经成熟的“茅台故事”外,还要注重从经销商当中去挖掘“故事”。

“我在不同场合讲到的赵家信等一批老经销商,他们艰苦卓绝的发展历程,就是改革开放、茅台传播在市场领域的一个缩影,值得回味和传颂。”

从深处着力。以“酒博馆”为借鉴,以体验店为平台,把工作做精。由联谊会牵头,充分利用各方资源,结合当地文化特色,打造别具一格的“酒博馆”;要借鉴“酒博馆”的思路和经验,努力把专卖店打造成为有品质、有内涵的文化体验点。

“今后,要在全国各地选树一批‘样板店’,给他们挂牌,努力营造互学互鉴、共融共进的良好氛围。”李保芳要求,集团要充分利用茅台的资源,主动作为,全方位、多角度为经销商提供指导和帮助。“企业文化处、战略管理处和销售公司,要抓紧研究,尽快形成一个基本的标准体系,以免经销商无所适从。”

## 少点“霸气”多些服务, 茅台要与经销商多交朋友

### “不让依法、合规、诚信经营的经销商利益受损”

厂商之间,没有互动、没有交流,老是不打交道,一味遥控指挥、闭门造车,是无法推动工作的,至少不会做得很好。

32岁的冯威从18岁开始在小卖铺售酒,一直做到今天,成为酱香系列酒在吉林的主力经销商。

2018年,他足足卖了12吨珍品王子酒,在吉林省区拿了第一。“去年,我原计划是5吨,结果4月份就卖光了。”

后来,小伙子找酱香酒公司申请,公司又热情相助,给他协调了7吨酒。到年底,也全部售罄。

“我没别的秘诀,就是不断陪人喝酒,让更多的人熟悉酱香产品。”冯威说,为拼市场,他的体重足足增加了几十斤。

“我们今年订的8吨珍品王子酒,目前只到了3吨,还有5吨没到。”小伙子想给茅台领导表达,他的酒卖得太快,希望能再尽快进货,让市场的热度能够持续。

盯着他的话,李保芳当即询问酱香酒公司有关负责人,这事为什么会发生?怎么解决?

在获知这批产品是因为特殊原因导致断货时,李保芳要求酱香酒公司要在规定期限内解决这个问题。

次日一早,酱香酒公司出面,帮冯威先找到100箱珍品王子,并承诺半个月,从根本上解决断货问题。

“你们还需要我们做什么?”这是李保芳在紧凑的行程中,说得最频繁的一句话。每记录到一个问题,他当即安排随行的茅台酒销售公司、酱香酒销售公司负责人要列出时间表,迅速解决。

“领导干部履职尽责,首先要敢于担当。要积极主动拿出解决问题的有效措施。属于职责范围内的事,该定的要敢于‘拍板’;需要充分征求意见的,相互之间要多沟通、形成共识,以决裂。”李保芳坦言。

“茅台的营销部门,要少点霸气、多点服务。”与经销商们座谈时,李保芳再三强调。“我们要善于和经销商打交道、做朋友。厂商之间,没有互动、没有交流,老是不打交道,一味遥控指挥、闭门造车,是无法推动工作的,至少不会做得很好。”

李保芳希望,茅台各级领导干部和员工,特别是全体营销人员,始终与经销商“一条心、一股劲”,形成合力。要在与经销商的密切互动、深度交流中,共同研究市场、寻找商机、抓住商机,要做到始终“亲商”、倾力“扶商”、真正“爱商”、切实“重商”。

“从近期情况看,把握大趋势不够、与经销商交流不够已有苗头,要高度重视、切实转变。”李保芳指出,“要善于与经销商交流、交心、虚心、认真、诚恳倾听他们的意见、建议和诉求,不要卡、不要压,更不要回避矛盾、不正视问题、不解决问题。”

“要注重协调服务,在计划安排、广告宣

传、费用核销等方面,有求必应、办就办好。要及时完成今年茅台酒合同的签订,让经销商们放心,也便于他们与银行及其他方面合作。”李保芳进一步强调,在理顺和完善茅台酒营销体制工作中,要围绕“不让依法、合规、诚信经营的经销商利益受损”,耐心细致做好有关政策的宣传、解读工作,让经销商放下包袱,打消顾虑,更不能让他们担心。“厂商之间不是照顾、施舍,更不是搞权钱交易。我们要光明磊落搞销售,干干净净做服务,做到‘亲’而有道,‘清’而不疏。”

## 从“茅二代”培育到一线选“将”,为将来塑造有战斗力的传承者

我们不能老是躺在前人身上“吃老本”,一味依赖传统做法、沿用既有经验做市场,要从体制机制、工作策略上系统着手,认真研究改进。座谈发言时,“茅二代”李浩维举了个例子,他的一位“茅二代”朋友,父母连卖一瓶酒的权力都不下放。“如果都是这样,‘茅二代’怎么能够获得成长。其实,与父辈们当年相比,我们这一代还是比较成熟的。”

李浩维“强势”地呼吁,老一代茅台经销商要给他们子女更多实战的机会。

这番话,引来全场会心的笑声。李保芳在其后的讲话中,对此也做了回应。

“我所认识的‘茅二代’,学历都很高,素质都很好,视野很开阔,事业心也很强。这两年,他们都表现出了极为强烈的责任感,进入角色很快,大多已经开始‘挑大梁’了。他们是现在、更是未来不可多得的人才,我们要千方百计为他们创造条件,让他们更加爱上这份事业,在

营销体制机制的创新上发挥作用。”

“我们对‘茅二代’的定义,不应该局限于茅台经销商的后人,那些年轻的经销商,也应该属于这个范畴。”在李保芳看来,不论是杨紫晴、冯威等创业型年轻人,还是茅台老经销商的后代,很多有本领的年轻人不断加盟茅台的营销队伍,对于茅台的未来而言,是莫大的好事。

会上,茅台高层特地安排销售公司提前策划,选择夏天适当时间,在大连或青岛专门为“茅二代”开一次会议。“要有针对性地安排今后的工作,让这一帮年轻人抱团发展,把他们打造成为一个有朝气、有干劲、有能力的紧密群体,为未来茅台市场的发展进一步打好基础。”

高度重视“茅二代”群体,高度重视年轻经销商队伍的培养和建设,李保芳甚至设想,未来可否从“茅二代”中,选拔有志于服务品牌的优秀代表,作为茅台营销部门的高管人选。

调研中,李保芳强调要创新干部任用机制,要着重在一线发现、选拔、使用干部,着力提高销售队伍的整体适应能力和实战能力。“近期,销售公司、酱香酒公司调整充实班子成员,首先要看省区经理中选拔配备,不能老在机关转来转去。”

突出问题和目标导向,深入研究,是持续改进市场工作的关键。在与经销商座谈中,李保芳坦言,茅台当前的市场工作“吃老本”已有迹象,适应不好、方法不多、措施不灵等问题也正在逐步暴露。

“我们不能老是躺在前人身上‘吃老本’,一味依赖传统做法、沿用既有经验做市场,要从体制机制、工作策略上系统着手,认真研究改进。” (戴世锦)