

打出“三张牌”引资结硕果

茶陵招商引资工作“逆袭”的秘诀解读

株洲日报全媒体记者/陈洲平
通讯员/钟慧婷 张腾

9月27日,茶陵县召开中秋招商推介会暨项目集中签约仪式,现场签约9个项目,总投资额达143.32亿元,创招商引资历史新高。截至目前,该县超额完成全年招商引资任务。

当前国内外经济形势严峻,茶陵招商引资却逆势而上,出现新景象,得益于打出了3张“牌”——央企带县、老乡经济、攀省工商联“高亲”。该县聚焦央企配套企业和标厂入驻企业招商,省内外高端民企业招商、老乡企业招商3个板块,大力开展招商引资工作,为县域经济高质量发展注入新动能。

“联央企”,“靠船”创市场

8月8日,湘赣边最大的独立共享储能电站——茶陵共享储能电站项目在茶陵经开区成功并网投运,该项目由中国能源建设集团投资有限公司中南分公司(以下简称中能建设中南分公司)投资建设,中车株洲电力机车研究所有限公司(以下简称中车株洲所)为该电站提供全套储能系统集成和升压站设备。

该项目是中国能建在湘首个共享储能项目,也是株洲市首个电化学新型储能电站,市重点项目,还是茶陵县“振兴湘赣边、央企在行动”示范项目。

其实,这不是首个央企在茶陵投资的重大项目。此次中秋招商活动,中电(湖南)能源投资有限公司与茶陵县人民政府签约建设乡村振兴分散式风电项目,总投资额达120亿元。

借力“央企”,带动县域,是茶陵今年招商引资打出的一张妙牌。为深入推进“振兴湘赣边、央企在行动”活动,今年茶陵还在中车株洲所绿色事业部挂牌成立了湖南茶陵经济开发区驻中车产业园联络办。

在该联络办牵线搭桥下,中车集团在茶陵举行博士团“下乡问诊问诊”、红色党史教育等系列活动,助力3家茶陵企业入选中车株洲所商品供应名录;此

外,该联络办积极参与中车株洲所产业链招商活动,引进3家企业与茶陵达成初步合作意向,在中车株洲所即将召开的上下游产业链会议中开辟茶陵招商专场。

加深与央企合作,为茶陵带来的商机远不止如此。今年6月,茶陵县相关领导带队赴浙江招商考察中,有多家电子信息和新材料企业表达落户茶陵的强烈愿望,旨在借助“振兴湘赣边、央企在行动”活动,进入央企供应链。

“会老乡”,商会招“风”来

9月7日至9月9日,茶陵县相关领导带队赴上海招商引资,先后考察了上海诺德力机电有限公司、悦森照明科技有限公司等企业,并与上海株洲商会茶陵分会座谈交流,洽谈对接。会上,茶陵县为茶陵县籍企业家颁发招商顾问聘书。

像这样的“商会会亲”活动不是第一场。近年来,茶陵县健全完善在外人才信息收集和联系对接机制,目前已对接长沙、深圳、东莞、惠州、上海5家异地茶陵商会,已收集30多个湘商企业家名单。同时,用好招商小分队,扎实开展“迎老乡、回故乡、建家乡”活动,开展老乡恳谈会。

在一次次走访中,老乡情谊加深,商机随之而来。此次中秋招商活动,茶陵县委书记邓元连现场为尹建国、谭塘芳等9名企业家颁发招商顾问聘书,其中5位顾问是异地商会会长,而且此次签约项目中,5个项目均由各地商会牵线搭桥引进。

为了充分发挥“老乡经济”,茶陵成立湘商回归和返乡创业工作领导小组,每个异地商会明确一名县级领导沟通对接;梳理省市县相关招商优惠政策,制定出台《茶陵县2023年推进湘商回归专项行动工作实施方案》,明确用地、金融、财税、创业支持等政策,用满满的“干货”和温暖服务,着力优化投资兴业“软”环境,引湘商回归。

同时,每支驻外招商小分队派驻到异地商会,积极建立茶陵县籍在外企业

家信息库,协助在乡镇(街道)设立老乡创业园,引进项目入园;茶陵还在每个茶陵异地商会对应设立一名党建指导员,强化流动党支部党建活动宣传推介工作。

在以驻外招商小分队为“纽带”,异地商会为驻点的“老乡招商”工作推动下,截至8月底,茶陵县湘商企业投资亿元以上项目4个,湘商回茶投资新注册企业10家,湘商回茶投资实际到位资金21.3亿元。

“攀高亲”,省内结“良缘”

3月2日上午,省工商联召开支持茶陵县重点产业招商引资工作对接会。会上,省委统战部副部长、省工商联党组书记刘青表示,省工商联将按照“茶陵所需、民企所能、工商所为”的原则,加强对接,深耕合作,通过民营企业茶陵行等形式,促进政企有效对接,为合作共赢搭建平台,联手助力茶陵经济高质量发展。

抓住“攀亲”机遇,当天下午茶陵在长沙召开重点产业招商引资推介会,省工商联当“红娘”为政企搭桥牵线,助力县域经济发展。现场与长沙市茶陵商会、湘潭市妙滋味食品有限公司签约2项重点合作框架协议,涉及招商引资、现代农业开发、文化旅游产业开发及智慧城市建设和方面的深入合作。

“攀上高亲”,茶陵借势而动,派出长株潭招商小分队,积极走访对接省内企业,先后与国投五凌电力、长沙创意设计产业园、湖南和功钢结构、妙滋味等10余家企业和单位进行沟通交流,并达成初步合作意向。

借力“高亲”,茶陵还积极筹划产业链合作。在省工商联协助下,6月20日,湖南省物流与采购联合会(以下简称“湘物联”)来茶考察,与茶陵多家物流企业交流。当天,湘物联还与茶陵县人民政府正式签署战略合作协议,协助实施“茶陵湘赣边区域物流枢纽项目”,完善物流基础设施、县乡村三级物流配送体系建设,助力革命老区乡村振兴,推动构建“通道+枢纽+园区+网络”的现代物流体系,实现湘赣边物流业高质量发展。

左权镇:干部“摆摊”听民声

株洲日报全媒体记者/刘毅
通讯员/陈钟

9月27日,醴陵市左权镇箴织街农贸市场人头攒动,热闹非凡。这一天,是村民们赶集的日子。一大早,叫卖声、吆喝声、讨价声此起彼伏。

“老伯您好,这份《信访工作条例》宣传手册请您看看,了解‘依法逐级走访流程图’,掌握条例中规定的权利和义务等内容。”见到有村民在摊位前停留,“摊主”立即介绍。

“老乡,您有什么法律疑问,可以向我了解。”旁边,另一位“摊主”和驻足的村民仔细攀谈。

当天,在醴陵市委政法委牵头



干部为村民讲解相关法律法规。通讯员供图

组织下,左权镇联合该法院、司法局等单位,利用赶集日,在农贸市场“摆摊”,摊位变成宣传咨询台,干部们化身“摊主”,零距离听民声解民忧。

现场,打非电信诈骗、远离非法集资等宣传展板一字排开,宣传横幅醒目,“摊主”们耐心地向赶集的村民发放宣传资料,并讲解其中内容,包括有反诈、禁毒、信访工作条例等方面的法律法规,村民各取所需。

“上访不能任性,维权必须依法”“相邻权纠纷,怎么办”……咨询台前,“摊主”耐心倾听,了解村民在日常生活中遇到的困难和法律需求,一一解答,为他们免费提供法律

咨询服务。同时,接待领导在该镇便民服务中心主动接待村民来访,收集问题、听取建议、解决难题,打通基层信访“最后一公里”。

“赶集日接待方便,我买完菜顺便来问问低保金的事,办事人员很热情!”前来赶集的村民文喜英如是说道。

据统计,活动共发放宣传手册及手袋等物品2500余份,为15人提供法律咨询,接待村民来访10人次。“赶集日”接待接待制度,让有诉求的村民少跑路,让信访工作从单向信息传递转变为干群之间有来有往。“醴陵市委常委、政法委书记、统战部部长胡旭说。

十都一棵古杉入围全国“双百”古树名单

株洲日报讯(全媒体记者/黎世伟 通讯员/张和生)9月25日,全国古树名木保护科普宣传周启动仪式上,公布了“双百”古树推选宣传活动结果,炎陵县十都镇一棵古杉进入100株最美古树名单。

此次“双百”古树推选宣传活动,由全国绿化委员会办公室指导、新华网主办。旨在展示宣传我国古

树名木丰富的历史文化内涵、自然绝美的奇特景观,以及各地古树名木保护典型做法,提升社会公众保护意识,促进人与自然和谐共生。

此次经过公众投票、专家评审、全网公示等环节,从全国各地遴选出100株最美古树、100个最美古树群。

十都镇这棵古杉,位于深坑村

树山口组。有关资料显示,这棵古杉木植于唐宋年间,胸径1.59米、树高32.6米、冠幅18米,5个人张开双臂才能合抱,为株洲有史可查的最大一株杉树,有着“杉树王”之美誉。其巨大的树干拔地而起,酷似一座古代圆塔,被许多青藤攀附缠绕。树冠长满青苔,裸露于地面的条条树根粗大隆起,犹如蛟龙盘绕交错。

天台·时评

投稿邮箱:ttsp2017@126.com 责任编辑:邹家虎 美术编辑:王玺

观察

副市长出庭应诉具有示范意义

马先声

【有权必有责,有责必担当。】

9月26日,原告谭某某等9人诉株洲市人民政府行政诉讼案在株洲市中级人民法院公开开庭审理,副市长罗韶昀作为行政机关负责人出庭应诉。

带头遵纪守法、捍卫法治,确保权力始终在法治轨道上运行,是领导干部必须具备的基本素质。副市长带头出庭应诉,彰显了敢于直面矛盾、敢于揭丑亮短的勇气,必将对我市依法治市、打造法治型政府,产生深远的影响。

曾经,个别领导干部热衷于“政绩工程”“面子工程”,“拍脑袋决策、拍胸脯表态、拍屁股走人”现象时有发生。如今,为确保权力始终在法治轨道上运行,省市县三级政府部门均公布了权责清单。“法定职责必须为、法无授权不可为”的理念入脑入心、见行见效。在“民

告官”案件中,行政机关负责人出庭应诉的规定,无疑是一道最有力的“紧箍咒”,是贯彻“有权必有责,有责必担当”要求的生动实践。

“知是行之始,行是知之成”。各级领导干部要弄明白什么事能干、什么事不能干,不能当“法盲”。其实,党纪国法都有明确规定,平时认真学习一学、看一看,就可以避免犯错误、走邪路。可喜的是,如今,各级领导干部把学习党纪国法作为必修课,努力做到心中高悬法纪明镜、手中紧握法纪戒尺,知晓为官做事尺度。

“为政之要,惟在得人;治国理政,关键在人。”全面依法治国必须抓住领导干部这个“关键少数”。可以预见,副市长出庭应诉,将在我市干部队伍中起到很好的示范作用,进一步形成尊崇法治、敬畏法律,依法办事、依法行政的良好风气。

声音

用好“两只手”让社区便民食堂持久发展

刘芳

【小食堂连接着大民生。】

据本报报道,近日,合泰社区引进社会化运作的餐饮公司,在辖区内建立了一家共享便民食堂,市民只需7.5元就能吃到味道好、健康营养的饭菜。报道显示,便民食堂还将向多元化升级,建立“长者食堂”,为辖区老人提供就餐服务。

社区食堂的出现,得益于社区瞄准市民“急难愁盼”的问题,并作出积极的、有益的探索。合泰社区有流动人口2.5万人,服装加工行业直接从业人员超1万人。为了解决员工的吃饭问题,服装厂老板在自建房里辟个厨房做饭,存在安全隐患。将食堂开到居民身边,不仅减轻了服装企业的管理压力,也解决了从业人员就餐的问题。

社区食堂作为基层公共服务的重要内容,打通了便民生活的“最后一公里”。很多老年人手脚不灵便、灶台生火也有危险,建社区食堂,给市民多了一

项选择,提升了市民的幸福感和获得感。

直面“去哪吃”的痛点,以社区为载体,本着以民为本的服务思想,以薄利多销的运营方式,在群众身边打造生活场所……这背后蕴含的是政府部门对民生需求的充分重视和积极回应。

要把好事办好,把“食”事办实,让社区食堂不仅要建得起,还要走得远,这就需要政府的“有形之手”与市场的“无形之手”结合得更紧密,在公益性与市场经营之间找到平衡点,科学稳妥地把这件民生“食”事办好。

笔者了解到,有些地方的社区食堂不仅提供用餐服务,还融入了社区居民的生活。社区食堂也是举办文化活动的场所,是邻里交往的平台,是抚人心、慰冷暖的存在。

小食堂连接着大民生。政府搭台唱戏,社会力量补充,我们希望,未来能有更多的社区食堂出现,惠及更多老百姓。

麻辣烫



漫画/王玺

防止校园霸凌从重视孩子的不开心开始

李军

【孩子的脸庞比成绩单更值得关注。】

年仅9岁的两个小学生,对同寝室的同学多次侮辱、欺凌,情节骇人听闻。最近,山西大同市大成双语学校发生的未成年人极端欺凌事件,引发全网热议。令笔者惊讶的是,受害者在校一年半内一直遭到欺凌,但直到上了“热搜”,早该有的关注才姗姗来迟。

笔者更为关心的是,如何才能防患于未然,让孩子及时获得关注与保护,以此给校园安全装上“防火墙”?

方法或许有,但在笔者看来,第一步是要学会重视孩子的不开心,并仔细询问背后的原因,给他们需要的支撑。

山西大同校园欺凌事件里的受害小学生,遭受同学的极端欺凌一年半,那是500多天的折磨与煎熬,受害者肯定是不开心也曾有所表现的。设想一下,当那名受害小学生表现出不想去学校寄宿,家长有没有将它视为“不爱学习想偷懒”?当他抵触和伤害他的同学相处,老师有没有将它视为孩子“不合群”?对孩子表现出来的不开心,都有预设和思维定势,唯独忘了开口问孩子,然后听他们自己说。

在不少家长眼里,孩子的优秀和成绩单上的表现“划等号”,却忽视了他们的心理健康状态,真正的兴趣爱好的,孩子的脸庞比成绩单更值得关注,作为心情的“晴雨表”,它能直观反映孩子的情感与思想动态。

防止校园霸凌任重道远,也需要社会各界形成合力,但从细微处而言,每个家长不妨抽出时间问问放学回家的孩子——今天在学校过得怎么样?

啄木鸟

每逢佳节应倍思“清”

陈正明

【“节点”就是“考点”。】

中秋、国庆将至,9月26日,市纪委监委对5起违规收受礼品礼金典型问题进行公开通报。点名道姓、通报曝光,释放作风建设全面从严、一严到底的强烈信号,给全市广大党员党员干部敲响警钟。

节日风气是干部群众观察党风政风的重要风向标,是正风肃纪反腐工作成效的重要体现。党的十八大以来,经过一个节点一个节点的坚守,全市“清清爽爽”过节的氛围逐渐形成。

同时,也应警惕,“四风”问题病根未除、土壤还在。从此次通报的典型案列来看,节日期间“四风”问题易发多发,有的把下属单位当作“摇钱树”,有的把管理服务对象视为“提款机”,有的接受他人请托,有的

甚至在党的二十大后还不收敛、不收手。这充分反映出“四风”问题具有顽固性、复杂性,反弹回潮的风险犹存,必须保持定力、寸步不让、一抓到底。

“节点”就是“考点”,必须盯住突出问题持续深化整治。全市各级党组织务必尽好责、严把关,抓牢抓实“两带头五整治”纠风防腐专项行动,越是临近节点越要绷紧弦、拉满弓、加足劲。各级纪检监察机关要发扬钉钉子精神,紧盯严查违规收受礼品礼金、违规吃喝、违规旅游、打牌赌博、酒驾醉驾等突出问题。

中秋佳节倍思“清”,欢度国庆更需“廉”。全市广大党员干部必认清“一张卡”“一个红包”的危害,自觉明底线、知敬畏,过好中秋、国庆反“四风”的政治答卷,确保节日风清气正。

观察

“酱香拿铁”引发的品牌思考

任远

【将打造品牌作为自身发展的关键。】

前不久,瑞幸咖啡与贵州茅台推出的“酱香拿铁”刷屏朋友圈。在笔者看来,这杯爆红的跨界饮品给株洲的品牌建设带来不少启发。

瑞幸和茅台,一个是年轻消费群体中崛起的咖啡品牌,一个是知名的传统白酒品牌,两者的结合,包含了诸多碰撞。老字号经历岁月的洗礼,拥有一群成熟的消费群体,却也面临品类老化、形象固化、消费对象单一以及消费群体断层等忧患;年轻的咖啡品牌虽在市场中占有一席之地,但同样面临市场竞争激烈、竞品层出不穷,知名度有待进一步提升等问题。

瑞幸咖啡和贵州茅台的合作,是一次很好的试水。通过在咖啡中加入白酒,让年轻品牌深挖本土资源,推出更能满足中国消费者偏好

的产品和服务,既让老品牌穿上新鞋,也让新品牌拥有更多中国传统文化元素,找到那把能走进消费者内心的钥匙。

不仅是咖啡,在洗护用品、化妆品、汽车等众多领域,过去进口品牌唱主角的局面已悄然生变,越来越多的中国本土品牌持续发力。它们找到了适合自己的品牌营销模式,经受住了市场的考验。

这些变化给株洲企业以启示:中国被视为“全球工厂”的年代已经过去,向着产业链更高端迈进是今后中国企业的必经之路,打造享誉世界的品牌是大势所趋。

株洲的服饰、陶瓷行业较为发达。这些消费品企业要发展,就要走出过去“贴牌”“代工”的舒服路子,将打造品牌作为自身发展的关键。在保证一流品质、一流服务、一流质量的同时,找到适合消费者的品牌推广路径,真正打造出属于株洲的知名品牌。