

30天啃下徐家桥步行街 拆违“硬骨头”

株洲日报讯(全媒体记者/杨凌凌)“没想到30天就把困扰多年的违建清除了,步行街变亮变宽,生意反而比以前好!”1月14日,在芦淞区徐家桥步行街经营女装店的李女士一边整理货架,一边向记者感慨。

2025年12月10日,该步行街35处、6800余平方米违法建筑全部清零,这场看似硬碰硬的拆违攻坚战,因党员干部的贴心服务与精准保障,成为一场暖人心的民生工程,更印证了党建引领基层治理的实践力量。

党建聚合力 四级联动破解历史难题

徐家桥步行街作为株洲老牌商圈,部分违建涉及餐饮、零售等各类经营主体42家,既有商户私自搭建的经营棚亭,也有企业违规扩建的仓储用房,利益关系错综复杂。“拆违不是简单地一拆了之,要拆得合法、拆得稳妥、拆得民心。”芦淞区委书记唐卫湘在一线督导时强调。

为此,芦淞区迅速构建“区委统筹、街道主抓、部门协同、社区落实”四级联动机制,区委书记、区长带头挂帅督战,分管副区长刘峰牵头组建特别工作小组,实行“日调度、周研判”。建宁街道党工委将31处重点违建分解至10名班子成员、37名党员干部,形成一人一商户、一日一跟进的攻坚格局。“我们建立了违建台账、诉求清单、帮扶手册三本账,确保每个环节都有党员牵头负责。”建宁街道党工委副书记刘军介绍,街道纪工委同步成立监督专班,开展专项督查16次,发放整改通知书8份,为拆违工作筑牢纪律屏障。

党员亮身份 用脚步架起连心桥

“一开始我坚决反对,这店面是我全家的生计来源!”回忆起拆违初期的抵触情绪,经营小吃店的王老板直言不讳。他的店面因违规扩建15平方米,被列入首批拆除名单。负责对接他的党员干部杨恒,连续12天上门沟通,白天帮着看店,晚

上促膝长谈,不仅详细解读《城乡规划法》相关条款,还主动帮他核算合规经营的收益预期。

“杨恒同志每天都带着政策文件和周边合规店铺的经营数据,还帮我联系了步行街内的临时经营点。”王老板说,党员干部的真诚感动了他,主动配合拆除违建。在拆违现场,党员突击队帮商户搬运货物、协调清运垃圾,累计提供志愿服务200余人次。

像杨恒这样的党员干部还有很多。街道党工委刘军连续30天驻守一线,带领团队约谈涉事企业负责人17次,促成欣宜公司率先拆除两处、共计850平方米的违建仓库;街道党工委委员、分管副主任颜安勇针对老年经营户不懂政策的问题,制作拆违指南,协助街道党工委副书记、办事处主任尹智能上门讲解23次,最终帮助两名老人顺利完成安置。据统计,攻坚期间,党员干部累计开展入户宣讲136次,化解矛盾纠纷47起,政策知晓率和群众支持率均达到100%。

民生放首位 拆违之后惠民生

“拆违会不会影响生意?损失谁来承担?”这是经营户最关心的问题。芦淞区坚持拆治并举、民生优先,将保障群众利益贯穿始终。针对42家受影响的经营户,推出“两帮”政策:帮助对接过渡经营场所、帮助协调退租退费。

“政府帮我找到了离原店面不到50米的临时铺位,基本没影响生意。”经营小吃的陈女士算了一笔账,拆违后步行街环境改善,客流量反而增加了20%,月营业额提升近万元。全区协调过渡经营场所12处,累计减少经营损失约11万元。

拆违不是终点,而是升级的起点。芦淞区正同步推进步行街提质改造,优化市政设施、重塑建筑风貌,将其纳入全市城市更新重点项目,打造集历史文化、商业消费、休闲体验于一体的城市地标。“我们要以党建为引领,让老商圈不仅拆得干净,更要建得漂亮、活得精彩。”芦淞区委副书记、区长王强表示。

暖心救助 流浪人员踏上返乡路

株洲日报讯(全媒体记者/旷昆红)“感谢大家的帮助,让我顺利回家,要不然我还不知道多久才能攒下回家的车票。”1月20日,在株洲流浪多日的张先生,在市救助站与荷塘区月塘街道石塘冲社区的帮扶下,终于踏上了返回怀化的列车。

凛冬寒意浓,温情暖人心。1月20日的株洲,室外气温仅有几度,石塘冲社区党建专干刘昱兢像往常一样开展巡逻,行至合泰涵洞附近的桥洞下时,一顶简陋的帐篷

引起了他的注意。走近细看,这顶帐篷竟是用破烂的塑料布和旧衣服拼凑而成,里面蜷缩着一名约50岁的男子。

刘昱兢立刻上前询问,经过耐心沟通,得知男子姓张,老家在怀化。1个月前,他满怀希望来株洲找工作,不料工作没着落,钱包和手机还意外遗失。身无分文的他不仅断了经济来源,还和家人彻底失去了联系。没钱买返乡车票,他只能在桥洞落脚,靠着捡垃圾、卖废品,一点点攒着回家的路费。

彼时,冰雪天气持续,桥洞四面透风,环境恶劣,张师傅又缺少御寒物资,若不及时救助,极有可能面临健康风险。刘昱兢一边轻声安抚张师傅的情绪,一边细致讲解救助站的帮扶政策,打消他的顾虑。随后,刘昱兢联系出租车,护送张先生前往火车站附近的临时救助站。

临时救助站的工作人员在了解张先生的情况后,第一时间为他购置了返回怀化的车票,圆了他的返乡梦。

清水塘街道 网格聚力 倡导文明殡葬新风尚

株洲日报讯(全媒体记者/李逸峰 通讯员/吴艳)1月19日,石峰区清水塘街道井塘社区依托新时代文明实践站,充分发挥网格化管理优势,组织网格员化身政策宣传员、民情联络员,带着文明殡葬倡议书,深入网格开展入户宣传活动,让文明新风吹进千家万户。

活动中,网格员重点聚焦老年群体,用接地气的家常话代替生硬的政策条文,把文明殡葬的意义讲透、讲实。他们围绕厚养薄葬核心,向老人们细致讲解生前尽孝的重要性,对比传统厚葬的经济负担与简办丧事的省心省力,积极引导鲜花祭扫、网络祭扫、集体共祭等绿色文明的祭祀方式。

面对部分老人对传统习俗的不舍,网格员耐心讲解,不少居民听完讲解后纷纷表示,会主动响应倡议,践行文明殡葬理念,用实际行动弘扬孝老敬亲的传统美德。

田心街道 退伍老兵捐赠革命文物 珍贵照片记录历史时刻

株洲日报讯(全媒体记者/李逸峰 通讯员/汪子豪)近日,石峰区人武部政委胡小剑、田心街道党工委副书记彭泉一行来到田心社区双丰村,为退伍老兵王头华颁发革命文物捐赠荣誉证书,感谢他为保存红色记忆、传承革命精神所作的贡献。

一张黑白合影、两本立功受奖证书、两枚三等功奖章,被湖南省军事博物馆收藏。这份来自退伍老兵王头华的捐赠,不仅是个人的珍藏,更是一段厚重集体记忆的见证,为地方红色历史增添了生动一页。

照片拍摄于1983年12月30日,记录了铁道兵第一师四团十四连全体

官兵集体转业前最后的军旅瞬间。照片中,官兵们神情庄重,即将告别军营,奔赴铁路建设的新征程。“那天,我们敬了最后一个军礼,从此成为铁路战线上的一份子。”今年66岁的王头华回忆,他1978年入伍,作为连队一员,亲身经历了1984年响应国家号召、随全军铁道兵集体转业的历史时刻。

“照片放在家里,只是我自己的纪念。交给革命军事馆,就能让更多人了解这段历史。”王头华朴实的话语道出了捐赠的初心。此前,看到田心社区发布的革命文物征集公告后,他主动联系社区党委书记、网格员刘红艳,表达了捐赠意愿。

社企精准帮扶 暖心物资送上门

近日,株洲宏达电子股份有限公司陶电事业部与天元区群丰镇白莲社区同心志愿者团队联合开展精准帮扶活动,深入社区走访并慰问10户特困家庭,在寒冬中送去温暖与关怀。

活动中,爱心企业为每户家庭准备了牛奶、米、面、食用油、麦片、绒毯及儿童衣物等实用生活物资,并详细询问了他们的健康状况、生活难题与实际需求。

株洲日报全媒体记者/杨如 通讯员/胡青 摄



经济·观察

责任编辑:吴楚

生肖经济热辣滚烫 新春市场“一马当先”

株洲日报讯(全媒体记者/侯德怀)“福气加马”金饰产品、“马上有钱”钥匙扣、“天马行空”飘逸服饰、“马到成功”文具套装……记者日前走访市场发现,随着马年春节的临近,各类“含金量”颇高的商品脱颖而出,成为新春消费市场最亮眼的主角,掀起“一马当先”的购物热潮。

黄金饰品“福气加马”

黄金饰品历来是新春消费的热门选择。记者在株百一楼百货部看到,老凤祥、周大福、老庙黄金、潮宏基等珠宝首饰品牌,都推出许多款式新颖的“马元素”黄金饰品,备受顾客追捧。

潮宏基专柜营业员告诉记者,他们推出的“马跃五福”系列黄金小串珠、小挂坠,承载着“福气加马(码)”的美好期许,而且单价多在3000元以内,因此很受年轻消费者青睐,最多一天销售近20件。

老庙黄金专柜负责人介绍,5克、10克的马年金条和2克的马年金钞,因克重适中、寓意吉祥,成为新春馈赠亲友首选礼品。而且金价从元旦期间的1360元/克,涨到现在接近1500元/克,许多前期选购的顾客,还在享受金价升值带来的喜悦。

浪琴专柜推出的名匠马年限量款生肖腕表,摆在最醒目位置,吸引不少顾客关注的目光。“它采用华彩熠熠的赤焰红表盘,表背雕刻着徐悲鸿的奔马图图案,寓意骏业昌盛,一往无前;而且全球限量2026块。”株百百货部经理袁伟民认为,马是奋斗不止、自强不息的象征,是吃苦耐劳、勇往直前的代表,承载着人们的美好愿望,“这类能带来愉悦感的商品,已成为年轻消费群体钟情的新年货。”

“本命战袍”马力全开

过年添置一身新衣,是许多家庭延续多年的习惯。记者在智超、华丽、中国城和意法时尚中心等服装市场看到,各大品牌紧扣马年主题,在新款服饰设计上巧花心思,让“马元素”成为穿搭亮点。

“今年最畅销的就是马面裙。网上订单加上线下销售,已经超过3000件。”华丽市场一位不愿透露姓名的女老板告诉记者,马面裙简洁合体,裙型纤细,目前厂家普遍采用织金、刺绣纹样来彰显传统魅力,采用轻量化面料提升日常舒适度,传统纹样与现代款式碰撞出全新时尚语言,成为连接传统与潮流的代表性符号,被许多女性消费者誉为马年的“本命战袍”。其中,以喜庆吉祥的红色为主基调,适合5-35岁年龄段的马面裙,占了销量的“半壁江山”。

此外,带有马年生肖刺绣的卫衣、毛衫等,销量也节节攀升。“今年也是马年,给孩子选件带有小马元素的新中式卫衣,既喜庆又有纪念意义,而且一家人穿同款跨年,拍全家福的时候也很有氛围感。”正在中国城市场“扫货”的马女士开心地说。



顾客正在株百选购款式新颖的“马元素”黄金饰品。记者/侯德怀 摄

“我们办公室的几个年轻同事,准备统一选购一组后背印着‘马上加薪’的卫衣,给老板一个无声的提醒,看今年能不能涨点工资。”在天元区一家私营企业工作的陈舟,话语里带着几分调侃的味道。

文具玩具“马到成功”

“马上顺顺”布艺挂件、“马踏祥云”潮玩积木、“马上有钱”钥匙扣、“马上加薪”保温杯、“马到成功”文具套装……在各大小商品批发市场,各种与“马”沾边的商品创意十足。来自茶陵的湖南工大学生小韩,正在日用五金摊位挑选一款“马上有钱”钥匙扣,憨态可掬的小马造型,“吉祥”字样清晰醒目。“准备选几个送给家里的堂兄弟姐妹,价格不贵,寓意很好,他们一定喜欢。”

在5楼玩具销售区,市民罗女士正牵着6岁的女儿,手里拎着两个憨态可掬的马形玩偶,看着孩子爱不释手的模样,她说:“孩子一眼就看中了。这种带着生肖元素的商品,既体现文化味又不失时尚感,藏着对新年的期许与温情,能匹配不同年龄段的需求。”

“这个小马橡皮会转圈,荧光笔盖子拧开是小马头,连便利贴都是马蹄印形状……”这几种不同类型的“马到成功”文具套餐,受到众多中小学生的喜爱。平均每天销售上百套。”在五楼文具区理货的谭老板介绍,小学生主要喜欢它的萌趣;而面临高考、中考的毕业生,则希望讨一个“马上转运”“马上上岸”的好彩头。

市委党校经济学教研部张玉双副主任副教授认为,“马元素”商品成为承载年味儿、传递情感的载体,自然催生旺盛需求。“这既是新春将至、生肖更迭的应景之举,更是当下消费升级的生动写照。”

2026年春节文旅活动精彩纷呈 百项活动邀您共度吉祥马年

株洲日报讯(全媒体记者/刘芳 通讯员/胡任)1月22日,记者从市文旅广体局获悉,马年春节假期,我市将围绕“神农福地·制造名城”主题,推出超百项文旅活动,涵盖景区节庆、文化体验、民俗展示、惠民促销等多重领域,为市民和游客奉上一场年味十足、内涵丰富的文化盛宴。

景区活动丰富多元 沉浸体验年味浓

春节期间,株洲各大景区将推出系列主题节庆活动。第三届神农庙会将于2月11日至3月3日在神农城举行,打造以“神农文化”为根脉的沉浸式庙会演艺场景。炎帝陵景区将举办“敬始祖共福气”新春祈福庙会,包含宰牲祭祖、非遗表演、梅花节、民俗游戏等系列活动,持续至元宵节。

方特旅游区推出“飘雪迎新年”与“千灯花火夜”双园联动,既有户外真雪场体验,也有唐宋风情市集与奇幻彩灯展。神农谷国家森林公园策划“骐骥驰骋 马年游园”,推出属马游客门票优惠及集章挑战。云上大景区更推出阶段性免票政策,方便游客畅享雾凇仙境。

文化场馆好戏连台 传统现代交融辉映

全市文博图美场馆将同步开展系列主题展览与体验活动。

株洲博物馆重磅推出“马舞新春——丙午马年全球生肖文化大联展”,联合国内50余家文博机构,呈现

跨越4000年的马文化文物与艺术作品。同时开设寒假社会实践课程、传统习俗体验、元宵喜乐汇等互动活动。

醴陵陶瓷博物馆、炎陵红军标语博物馆、攸县博物馆等也将结合马年生肖与本地特色,推出主题展览、手工DIY、寻宝打卡等活动。市文化馆、美术馆策划了“我们的节日·春节”系列体验、街头艺术站表演、艺教融合实践等活动,让市民在参与中感受传统之美。

县区联动全域覆盖 民俗惠民暖人心

各区县活动各具特色。天元区举办神农福“逆”新春嘉年华,送春联、趣味互动与文艺表演相结合。芦淞区、荷塘区、渌口区等将开展元宵民俗游园、非遗培训、送春联、社区嘉年华等活动,营造浓厚邻里温情。

炎陵、茶陵、攸县等地深度融合红色文化、客家民俗与本地非遗,举办乡村“村晚”、非遗年货博览会、登高大会、元宵集市等,展现县域文化魅力。

消费促销实惠多元 文旅融合促活力

春节期间,市内商业综合体与文创园区推出多项惠民促销活动。株百中心店开展春联送福、非遗拓印、糖画DIY及电竞互动;熊猫不慢音乐体育公园提供多元年会团建套餐;陶润会生活艺术中心推出外地游客免费检阅、陶瓷折扣等活动,旨在为市民与游客提供一个有温度、有内涵、有记忆点的春节假期,进一步激活株洲文旅消费潜力,提升城市文化影响力。

“马上有钱”背后: 生肖经济新潮与情绪消费密码

任远

经观 杂谈

年味渐浓,当“马上有钱”的毛绒挂件悄然攀上背包拉链,“马力全开”的盲盒在年轻人手中传递,“哭哭马”委屈的表情包席卷社交网络,一场围绕“马”的消费热潮正席卷株洲。这不仅是岁序更迭的应景装饰,更是一面棱镜,折射出当下文化消费生态的鲜活转向与深层情绪密码。

生肖经济正超越传统的民俗符号,进化为一个充满创意与商业活力的新消费引擎。从株洲各大商场的主题美陈到货架上的商品矩阵,“马年模式”的迅速切换,显示出市场对传统文化节点极强的反应与转化能力。商家不再满足于简单的生肖形象复制,而是通过设计语言进行创造性转译:“马上有钱”“马上上岸”“Horse成双”等商品,巧妙嫁接吉祥话与网络流行梗,在传统寓意中注入现代语境下的轻松幽默与直接诉求。这种转化,让古老的生肖文化摆脱了陈旧感,变得可触、可互动、可分享,从而成功对接了,尤其是年轻一代的消费偏好与社交需求。

更深层次看,这股热潮的核心驱动力,在于商品所提供的“情绪价值”已超越其物理功能,成为竞争力之关键。无论是寄托美好期盼的“收财马”“通关马”,还是意

外走红、提供情感慰藉的“哭哭马”,这些商品本质上销售的是希望、陪伴、认同与情绪出口。“马上加薪”是对职场压力的温柔调侃,“马上上岸”是对奋斗群体的无声加油,“哭哭马”则接纳了不必时刻完美的真实情绪。年轻消费者为之买单的,不止是一件物品,更是一份即时可得的精神补偿与心理暗示,一种“被懂得”的情绪默契。

从“买商品”到“买情绪共鸣”,马年消费热潮为我们观察中国消费市场提供了生动切片。它展现了一个成熟消费市场的细分化、情感化与符号化趋势。对于商家而言,启示在于:仅仅提供商品本身已远远不够,能否精准捕捉社会情绪脉搏,能否通过创意设计将文化符号转化为具有情感链接和社交货币属性的“现代生活配件”,将决定其在节日经济乃至日常竞争中的吸引力。对于消费者,这则是一场充满自主性的文化实践与情绪管理——通过消费行为,主动为自己标记期望、寻求认同、释放压力。

马年将至,商场里万“马”奔腾。这奔腾的,是商业的敏锐,是文化的活力,更是无数普通人寄寓其中的、对美好生活具体而微的向往。你,准备好“上马”参与这场情感与创意交织的消费新潮了吗?