

各级党委和政府要始终坚持以人民为中心，广泛深入地察民情、听民声、汇民智，凝聚起推进中国式现代化的强大合力，不断实现人民对美好生活的向往。

——习近平就研究吸收网民对“十五五”规划编制工作意见建议作出的重要指示，据新华社北京2025年8月4日电

星期二

PINGXIANG RIBAO 中共萍乡市委机关报

2025年8月12日  
农历乙巳年六月十九  
今日4版

国内统一连续出版物号:CN 36-0042 萍乡市新闻传媒中心出版 总第13682期

投稿邮箱:pxrbs@126.com 数字报:www.pxnews.cn



今彩萍乡客户端

## 在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下

驱动这一产业集群向更高层次跃升的核心引擎，除了资金与技术，更有一抹鲜明的“党建红”——上栗工业园内，69家电子信息企业集聚发展，1.2万名产业工人辛勤耕耘，年产值突破70亿元。

## 红链所向 「芯」光璀璨

全媒体记者 彭彬

七月流火，盛夏光年。近年来，通过将党组织建在产业链上、资源聚在产业链上、服务沉在产业链上，上栗工业园探索出一条以高质量党建引领产业链高质量发展的创新实践。

### 红链铸魂，构建“深度融合”新格局

党组织覆盖面越来越广，进一步督促上栗工业园在打造标杆示范、促进品牌升级上下功夫。“红链寓意着以党建引领贯穿电子信息产业链始终；凝‘芯’既指产业核心，更象征链上企业同心聚力；‘电’亮未来则彰显了我们依托党建赋能，点亮电子信息产业高质量发展之路的坚定决心。”上栗工业园负责同志道出了“红链凝‘芯’‘电’亮未来”党建品牌的内涵。这一主题紧扣时代脉搏，将加强党的全面领导与推动产业升级、服务实体经济深度融合，为产业发展锚定了清晰航向。

产业链条化、集群化发展对园区党建工作提出了更高要求。上栗工业园在顶层设计上形成了全覆盖组织链条，创新构建起“园区党工委—电子信息产业链综合党委—非公企业党支部”三级组织体系，于2024年4月29日正式成立产业链综合党委。产业链综合党委下辖13个非公企业党支部（含4个联合支部），将69家电子信息企业（其中规模以上企业46家）凝聚在党组织周围。用党建引领的“红线”牢牢串起链上企业，构建“一产业一链条、一链条一党委”的产业链党委矩阵。

“我们打破了企业间的物理围墙和行政隶属界限，以产业链为单元设置党组织，目的是实现党建资源与产业资源的优化整合、高效配置。”产业链综合党委书记介绍，党委不仅抓理论学习、党员教育，更深度参与产业规划、协同创新、难题破解，成为引领链上企业协同发展的“主心骨”，扭转了党建与产业“两张皮”现象，初步形成“党建强、产业兴”的生动局面。

### 创新务实，筑牢长效发展根基

党建品牌的持久生命力，源于制度保障与实践载体的深度融合。上栗工业园以机制创新筑牢根基，以专项行动激活效能，推动“红链凝‘芯’‘电’亮未来”品牌落地生根。

机制支撑环环相扣，精准发力。园区构建“三级联学、四共轮值、三张清单、红榜积分”四位一体运行机制。建立“产业链党委—企业党支部—企业党员”三级联学机制，将党的创新理论与“益企课堂”结合，推动党课进车间、政策到生产线，让理论学习与企业发展的同频共振。以“四共轮值”促联动，在强有力的组织领导架构下创新实行党委委员挂点制度，联动佳禾声学等“链主”企业党组织，围绕“党建共建、人才共育、问题共解、责任共担”主题牵头组织活动，带动企业互学互鉴、互助互促。依托“资源、项目、需求”三张清单，开发智慧“寻呼”小程序。企业一键提需求，部门联动响应，累计破解技术、用工等难题100余项。江西电子电路研究中心面向链上企业开放研发检测设备，提供免费检测服务，测试样品合计100余个。以“红榜积分”催生党员与职工的内生动力，量化评价组织生活、技术攻关、岗位贡献等表现，积分挂钩评优激励，营造全员争先氛围。

品牌的生命力，根植于丰富多彩、务实有效的活动载体。园区以“党建强基赋能”行动为抓手，以“五聚焦五强化”推动机制向生产力转化。

聚焦“红链领航”，强化党建赋能。园区整合党群服务中心功能，打造“红色家园”；党建指导员下沉一线，推动党建融入治理、生产与企业文化。聚焦“红链联盟”，强化组织覆盖。（下转第4版）

## 市科技馆“暑期科学营”受热捧

本报讯（全媒体记者 李娅之）8月9日，市科技馆的创客教室内，9岁的胡思琦正盯着手中的电路板，在讲解员的指导下将导线轻轻接入接口。这堂以“制作星星灯”为主题的课程，是市科技馆“暑期科学营”的内容之一。

作为我市重要的科普阵地，市科技馆推出的“暑期科学营”已成为暑期家长和孩子们的“热门选择”。据市科技馆讲解员介绍，“暑期科学营”启动以来，除每周一闭馆，每天分上午、下午两时段开课，包含手工课和理论课，持续为6至12岁

的孩子提供科学启蒙。课程设计上，科学营紧扣小学科学课程内容，既有理论课讲解基础科学知识，也有手工课锻炼动手能力。“我们不追求深奥理论，只希望孩子们能在‘做中学’里爱上科学，提升他们的科学素养。”讲解员说，课程始终以贴近生活、充满趣味为导向，让抽象知识变得可触可感。

据了解，市科技馆还计划围绕初中物理、初中化学等学科排课，持续以免费开放、互动体验的形式，培养孩子们对科学的兴趣。

## 熊运浪在芦溪县督导安全生产工作时强调

## 拧紧责任链条 落实落细措施 坚决守牢安全生产底线

本报讯（全媒体记者 谢晨）8月11日，市委副书记、市长熊运浪来到芦溪县督导安全生产工作。他强调，要深入学习贯彻习近平总书记关于安全生产的重要论述，全面落实习近平总书记考察江西重要讲话精神，坚持以人民为中心的发展思想，拧紧责任链条，落实落细措施，坚决守牢安全生产底线，全力保障人民群众生命财产安全。市政协副主席、市政府秘书长万四新参加调研。

在芦溪县某艺术培训中心，熊运浪认真察看消防设施配备、疏散通道设置、安全警示标识张贴等情况，强调要扛牢安全生产主体责任，定期开展安全培训和应急演练，提升师生的安全意识与应急处置能力。来到某托管中心，熊运浪详细了解日常运营管理、安全制度落实情况，强调要定期开展安全排查，对发现的问题即知即改、立行立改。走进银河镇紫溪村，熊运浪重点了解旱塘水库

等重点水域的防溺水工作，强调要坚持“人防+技防”双轮驱动，一方面充分利用防溺水平台的智能监测功能，另一方面加强巡查人员的配备和培训，确保巡查无死角、守护不间断。

调研中，熊运浪指出，安全生产事关民生福祉，事关经济社会发展大局。要树牢安全发展理念，坚持党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责，压紧压实属地管理责任、部门监管责任、企业主体责任，按

照“三管三必须”原则把安全生产工作落到实处，推动安全生产形势持续稳定向好。要全面彻底排查整治隐患，聚焦道路交通、消防安全、建筑施工等重点行业领域，持续深入开展拉网式、地毯式大排查大整治，确保隐患排查全覆盖、隐患整治无遗漏，全面筑牢安全生产防线。要坚持人防、物防、技防相结合，全面加强安全生产宣传阵地建设、基层基础建设和应急能力建设，切实提升本质安全水平。



近日，地处安源工业园青山片区的伯乐智能装备股份有限公司总装车间内，工人们正在调试出厂外销的机器。该企业2021年6月落户安源工业园，年生产3000余台各种型号的高端智能注塑机，产品销售网络覆盖70余个国家和地区。

（邓建萍 摄）

## “亲水经济”激发消费活力

黎洁

盛夏热浪翻涌，湘东区白竺乡却因一湾碧水而活力四射。白竺乡桐花谷水上营地，这个依托碧湖潭水库下游水资源崛起的新型网红地，正以形式多样的水上项目成为吸引游客的“流量引擎”。

告别单一的“看水纳凉”，桐花谷水上营地的“亲水经济”更强调互动感和竞技性。竹筏漂流不再是传统的顺流观光，还融入了6公里山水画廊的沉浸式体验；戏水不仅是划船泼水，更延伸出水上飞人特技、浆板竞速、团队拓展等复合场景……这些变化延长了游客停留时间，激活了周边农家乐、民宿、农产品销售等产业链条，让一泓清水成为经济增收的“活力泵”。

从生态禀赋挖掘到多元价值变现，从村集体主导到市场化运作，在酷暑的催化下，水上项目重塑消费场景，点燃夏日激情。

“刚从‘水上飞鱼’下来，真是刺激！转头坐竹筏漂在水面上，看两岸的树影晃晃，又舒服得想睡觉。”来自长沙的李女士抹着脸上的水珠，眼里满是兴奋。在桐花谷，“刺激”与“悠然”两种体验，被碧湖潭的水流巧妙串联。

这里的亲水体验，早已超越“简单玩水”的范畴。2024年3月营地初开业时，仅有近6公里的竹筏漂流，游客乘着

竹筏，感受“船在水中游，人在画中游”的惬意。但运营者很快发现，不同游客对“水”的期待各不相同：年轻人爱刺激，家庭客群重互动，中老年人偏休闲。于是，营地开启了“体验升级”之路。今年新增的9个项目，精准覆盖多元需求：“水上飞鱼”带着游客在水面飞驰，水花溅起半米高；水上小火车拖着五颜六色的车厢，载着孩子们穿梭在平静的水域；水上浆板则成了“网红项目”，年轻人站在浆板上保持平衡，时而俯身拨水、时而眺望远山，随手一拍都是朋友圈大片。

7月营收超10万元、入场人数3000余人次……白竺乡的账本上，还藏着“亲水经济”的发展密码。“我是崇源村本地人，现在村里发展了产业，我在‘家门口’就了业，不仅方便照顾小孩，收入也还可以。”桐花谷水上营地的前台赖桂玲说。“以前守着水库，除了养鱼没啥收益，现在不一样了。”崇源村党支部书记、村委会主任谢连圣算起了细账：营地直接带动5名村民就业，像前台赖桂玲这样的本地员工，每月能拿3000多元工资；村里的土特产火了，村民自家种的黄桃、猕猴桃等果蔬，周末一天能卖上千元。

这股“水动力”的源头，是

独特的运营模式。崇源村联合周边村庄成立碧湖潭强村富民公司，以集体土地和资源入股，既保住了“家底”，又让村民成了“股东”；桐花谷强村富民公司的加入，带来了本土化的运营经验；而社会资本嘉游赣公司的合作，则注入了专业的市场眼光。三者合力让200余万元的初期投资，在短短一年多就带动了“人气”与“财气”双增长。

更巧妙的是“以活动聚人气”的思路。去年，湘赣两省浆板嘉年华活动上，近60名浆板爱好者从宜春、长沙等地赶来，在水面上挥浆竞速。这场活动不仅让营地成了“体育+旅游”的样板，更带来了“溢出效应”：参赛选手住民宿、吃农家菜，临走时还带些土特产，一人参赛带动全家消费。还有浆板跳绳、亲子浆板、汉服秀等花式玩法，把运动与文化、亲子体验相结合，吸引了不少亲子家庭参与。

当众多地区仍将亲水项目视为季节性补充时，白竺乡已然将其培育成推动旅游业发展的“基础流量”。依托桐花谷水上营地的热度，白竺乡正全面延伸赏花、徒步、休闲、康养、亲子、非遗体验等特色板块。

## 努力提供群众欢迎的文化服务

南歌

8月6日至7日，连续三场少儿曲艺展演活动在安源大剧院上演，1200人的剧场座无虚席、场场爆满，“抢不到票”的遗憾充斥网络社交圈。8月8日下午，一场走进安源镇迎凤社区的文艺志愿活动再次挤爆现场，不少观众只能在门外和过道上翘首观看、侧耳倾听。

如果再联想近期“赣超”萍乡主场的抢票热潮、上栗烟火晚会观众动辄数以万计的场面、市文联主办的“小剧场·诗生活”系列活动场场满座的现象……我们可以发现，萍乡市民对文化活动的热情与渴望，广大群众对精神文化的需求持续旺盛。

一段时间以来，一些进村、下乡的文化活动，一些投入不小的文艺演出陷入过“剃头挑子一头热”的窘境。一方面要投入资金组织活动，另一方面还要想方设法组织观众。一些人错误地认为，现在资讯发达了，一部手机可以看到全世界的文化精品，群众不再需要送文化到身边。

是老百姓不需要文化服务了吗？显然不是。笔者认为，这里面，最关键的是要看我们提供的文化服务是否贴

近老百姓、受老百姓欢迎。这就要求我们要解决好又叫座的难题，从组织者到表演者，真正用心、真情奉献，打造艺术性与思想性兼具的好作品提供给群众。与此同时，活动组织者不能坐在办公室凭想象来做文化服务，从活动的策划到实施，从时间的选择到形式呈现，不靠拍脑袋、不靠抄作业，而要专注于做有萍乡特色、有助于地方文化发展且符合萍乡实际的文化活动。

群众不是不喜欢文化活动，而是不喜欢低质低效的文化活动。因此，必须尽可能选择德艺双馨的优秀文艺家而不是自吹自擂的小圈子艺术家去为群众表演、服务，精心打磨每一个文化产品，让文化活动中档次、高质量。

只有提供了真正的好作品、高质量的好活动，才能实现由摊派票到抢票，从组织观众到座无虚席，让文化活动更受群众欢迎。



·评啥工作室·出品



全省100个县(市、区)网点全覆盖

## 激发消费新动能