



“链”上联动锻造产业集群新优势

——濉溪县探索党建联盟助力高质量发展



■ 记者 吴永生 通讯员 雷焯森

去年以来，濉溪县坚持守正创新、积极探索，充分借鉴“支部建在连上”的宝贵经验，探索组建“链上”党建联盟，通过组织联建、理论联学、资源联享、轮值书记联动的方式，推动党建工作与全市“五群十链”产业发展相融共进、互促共赢，探索出一条党建联盟赋能高质量发展的新路子。

濉溪县提高站位谋布局，明确“链上”党建工作总体思路，创新打造“链上”党建联盟工作模式，在最强劲的铝产业链上率先打造铝产业党建联盟。通过“党建+产业链”方式，将“链上”党建联盟与产才融合智链、党建赋能强链相融合，引导同产业链非公企业资源共享、优势互补，构建“共建、共创、共享、共赢”的联盟式党建新格局。充分结合“五群十链”濉溪产业布局，由镇(园区)党(工)委书记履行第一责任人职责，负责产业链党建联盟建设、企业服务、链条升级等

重点工作，统筹联盟资源，对产业链上游项目“追根溯源”，对下游项目“顺藤摸瓜”，带头推进产业成链、成块、抱团式发展，加速构建完整产业链条。

濉溪县上下联动促合作，构建“园区党工委统筹协调、产业链党委具体负责、链上企业党组织落地执行”三级组织架构，定期开展“企业家早餐会”、政企面对面、轮值书记上门问诊等交流活动，形成上下贯通的党建工作组织链，有效破除传统党建条块分割、相互孤立格局，共同破解联盟内非公企业项目立项、融资、研发等难题，帮助企业“充电续航”。建立“产业联盟+组织联建”机制，充分发挥龙头企业组织协调和产业联动优势，推选龙头企业党组织书记轮值担任“链主”，利用联盟中龙头企业高端生产要素，集合产业链上各个规模企业的生产、供需等环节，建立龙头企业+“链上”中下游非公企业的“1+N”组织体系，将联盟上下20多家涉铝企业党组织整合联建，带动中小企业不断创新发展，驱动整条产业链转型升级。建立“议事联商+帮带联系”机制，按照“定期不定期”原则，建立企业轮值、联席会商、问题直通等制度，规定联盟每季度召开1次联席会议，促进企业交流。同时，根据企

业需求，结合专业特长，调整机关兼职党建指导员21名，派驻到产业链上中下游企业精准指导，共商党建和发展重大事项，深入走访企业收集诉求37个，帮助企业协调解决难点、痛点问题43个。建立“分类管理+结对共建”机制，紧紧围绕“先进抓引领、一般抓提升、后进抓达标”的工作思路，对联盟成员企业党组织推行分类管理，划分“ABCD”4个类型，采用“先进带后进”的方式，依托“党建联盟”平台，组织非公企业党组织书记“一对一”或“一对多”结对，交流研究企业热难点问题，在传授工作经验和分享好做法中，开拓工作思路，充分发挥“1+1>2”的叠加效应。

濉溪县制定“链上”党建联盟结对共建实施方案，联盟成员企业通过政治理论联学、优势资源共享、公益课堂齐学等形式开展教育培训27场次，充分激发联盟内部非公党建活力，促进优质党建资源由先进支部向薄弱支部全方位辐射带动。定期开展主题党日轮值联办，选取党建阵地设施齐全、功能完善的企业，建立企业党建轮值团，充分发挥每个党组织党员活动室、党建图书室等党建资源差异化、多元化的特点，结合党建任务和市场业务，编制活动“菜单”，提供学习“套餐”，实行走进一线联办活

动。去年以来，联盟先后开展“红色车间”“头雁班组”等主题党建联建活动，切实提高联盟内企业党组织号召力、凝聚力。

此外，濉溪县还突出“放权赋能”，赋予联盟企业党组织相应的职能职责，建立联盟内企业党组织书记权责清单，采取联盟企业轮流“坐庄”方式，共同处理联盟内部日常事务，将“金点子”联盟推优，发展党员意见征求、开展主题活动纳入联盟轮值主席职责，真正实现权责统一，保证联盟运转。强调助企服务，依托党建联建共建服务站(党群中心)为非公党组织提供党的理论培训教育、党务工作指导、载体创新谋划等各项服务，每季度在园区党建共建联建服务站举办党员文化沙龙、党建论坛等活动，鼓励和引导各企业开展优秀经验交流的同时，实现资源共享，构建活动阵地“红色服务圈”。聚焦人才培养，紧密结合非公党建直通车主题活动，建立“党建引领人才培养”新模式，通过加强对“链上”非公党组织书记队伍建设，拓宽选人渠道，注重从管理和技术岗位，从党性观念强、思想政治素质好、群众信得过的党员中选拔党组织书记，选优配强各非公党组织书记队伍。



送清凉

连日来，我市持续高温。7月14日，相山经济开发区工会组织党员志愿者，为辖区企业一线劳动者送去消暑绿豆汤、凉茶、西瓜、应急药品等防暑降温物品，为他们送去“清凉”以及党和政府的关爱。

■ 摄影 记者 冯树凤 通讯员 刘珺石



■ 记者 余婷

诞生于20世纪80年代初的小卖部，通常面积不大，多为家庭经营的“夫妻店”，开在人口聚集的社区、学校附近，可满足附近居民基本的生活需求。对于很多80、90后来说，“五脏俱全”的小卖部装满了童年的回忆。

“小时候，买啥都是去家旁边的小卖部，离得近，吃的喝的都在那买，时间长了跟老板都是熟人了。”正在一家超市购物的侯先生，提起小卖部便滔滔不绝。

小卖部基于中国传统式的人情文化，老板多与周围社区熟识，有稳定的熟客网络，“去某某家买瓶醋”是很多人儿时的记忆。

随着社会零售业态逐渐丰富，尤其是电商的出现后，购物越来越方便，加上社区店和便利店的覆盖密度越来越高，毛利较低的小卖部面临着

从小卖部到便利店 见证百姓生活蝶变

编者按

新时代是追梦者的时代，每一个人都是新时代的见证者、开创者、建设者，人们用汗水浇灌收获，以实干笃定前行，唱响新时代奋斗者之歌。

从今天起，本报开设“我们的新时代”专栏，讲述老百姓自己的事和身边的事，展现人们不负伟大时代、敢于筑梦、奋勇启航的进取精神，描绘人民群众获得感幸福感安全感不断增强的美好图景，激励全市广大干部群众锐意进取、不懈奋斗，在新时代新征程上凝聚起砥砺前行的磅礴力量。

巨大的竞争压力。虽然广泛分布在城乡各处的小卖部适应性特别强，但人们也逐渐意识到这种微型零售小业态越来越少了。

与小卖部面临压力不同的是，同样以“小和便捷”为优势的便利店却展现出良好的发展前景。记者发现，近几年，我市进驻了不少便利店，例如壹度便利、京东便利、厚得便利……还有从去年至今连开数家的邻几便利店。

“早饭就在公司楼下的便利店买

的包子豆浆，中午可以去吃一份便当，还给加热，晚上下班后再买点小吃和速食。”在步行街一家公司工作的张女士，正在店内等待加热的午餐便当。“便利店很适合我们这种上班族，不想做饭，也不想逛一大圈找小吃，真的很省心。”

经营着三餐等鲜食的便利店是目前我市众多连锁便利店的特点，满足了当代年轻人“图省事”的需求。他们的核心商业模式一般都是连锁经营，基本位于单元化的城市

住房里或是办公楼下，具有个性化的形象，敞亮的门面，合理的装修布局，24小时的营业时间……还有就是店内设置的堂食桌椅、充电插座等人性化设计，让它深受年轻人的喜爱。包括便利店里的商品统一配货，从品牌、质量、商品的丰富程度、更新换代速度都是小卖部没法比的。

采访临近结束，天空突然下起大雨，记者和顾客被困在了便利店内。一筹莫展之际，店员提示我们，店内可租借雨伞，以解大家的燃眉之急。事情虽小，却让大家心头一暖。

从小卖部到便利店，见证了百姓生活的蝶变。而在隋唐运河古镇、濉溪石板街等商业化的街市里，小卖部换了种身份，以“怀旧”为卖点，吸引着市民前来“打卡”。在这里消费，已经不是单纯的购买商品，而是寻找一份情感，不让那承载了几代人记忆的小卖部彻底消失。

推动新业态新就业群体党建工作破题增效

相山区深入实施“四力提升行动”



■ 记者 詹岩 通讯员 代盼盼

本报讯 随着新业态经济的迅猛发展，快递小哥、外卖骑手等一大批新就业群体走进人们的视野，成为助力城市发展、服务人民生活的一支重要力量。

哪里有党员，党的工作触角就要延伸到哪里。今年以来，相山区委非公工委把加强新业态新就业群体党建工作作为“揭榜领题”重点项目，深入实施“四力提升行动”，不断在开拓思路中探索创新，在实践实干中总结提升，有力推动新业态新就业群体党建工作破题增效。

织密组织体系，实施“组织力提升行动”。相山区委非公工委坚持以提升组织力为重点，健全完善统得起、管得住的新业态新就业群体党建工作领导体制机制，明确由区委组织部、区两新工委牵头抓总，各行业主管单位具体负责，成员单位协同配合，街道社区兜底管理，构建一体推进、协同发力的工作格局。建立健全党建联席会议制度，实行“一事一议、一季一议、急事急议”的议事机制，协商解决党建工作和行业发展突出问题，确保各项工作任务落地落实。

激发“红色动能”，实施“发展力提升行动”。坚持将党的建设贯穿工作始终，聚焦“两个覆盖”提质增效，常态化开展摸排工作，建立新业态新就业群体综合信息台账并实行动态管理，对经营的新业态新就业群体做到站点地址、联系方式、员工数量、运行状况、负责人政治面貌、党组织党员情况“六个清楚”。先后在顺丰、美团等员工人数较多的企业成立了党组织，实现有党员的新业态企业党组

织100%全覆盖。通过“线上+线下”“10分钟微课堂”“每日微推送”等方式，灵活有效开展党员教育培训工作。积极参与岗位竞赛、技能比武、建言献策等活动，有效激发党员及员工内生动力，助力企业提升市场核心竞争力。

聚焦暖心关怀，实施“关爱力提升行动”。围绕新业态新就业群体需求导向，按照“一室多用、资源共享、一体服务”的原则，整合党群服务中心、银行商超、小区物业用房等资源，首批建成17个服务内容多元化的爱“新”益站，为新就业群体提供“冷可取暖、热可纳凉、渴可饮水、伤可取药、累可歇脚、雨雪可避”的暖心场所。区总工会先后开展夏季送清凉、意外伤害互助险赠送活动，受到关怀小哥达到320余人。积极参与全市快递从业人员职业技能培训，完成职业技能培训130人次；120人次享受免费健康体检、法律咨询、心理服务。

突出作用发挥，实施“治理力提升行动”。将新业态新就业群体作用发挥作为推进工作的出发点和落脚点，利用外卖送餐员和快递员熟悉地情人情的特点，将业态划分服务区域与社区网格化管理相结合，鼓励争做民情信息收集员、文明劝导示范员、公益行动服务员。发布“相城骑手”集结令，组建“红骑手”志愿服务队，主动参与疫情防控、网格治理、环境整治、文明交通劝导等志愿服务活动20余次。引导党员快递员、外卖骑手亮身份、作表率，带头签署从业承诺书12份，引导企业从党员中培养选拔站长、队长。依托相山先锋行APP，设置“民情直通车”“志愿者服务圈”版块，鼓励快递外卖小哥进社区、进网格，线上开展“随手拍”“微镜头”活动，及时反映垃圾堆放、违章停车等各类问题30余个，确保问题快发现、快转接、快化解，推动基层治理见实效。

6月份我市CPI 同比上涨3.4%

■ 记者 吴永生 通讯员 蒋雷

本报讯 据国家统计局淮北调查队调查数据显示，6月份我市居民消费价格同比上涨3.4%，涨幅比上月扩大1.0个百分点。其中，食品价格上涨4.8%，非食品价格上涨3.1%；消费品价格上涨4.8%，服务价格上涨1.1%。上半年，我市居民消费价格比去年上涨2.2%。6月份，我市居民消费价格环比继续保持了与上月持平态势。

从各类商品及服务价格同比变动情况看，食品烟酒价格上涨4.3%，影响CPI上涨约1.24个百分点。食品中，鲜果价格上涨30.6%，蛋类价格上涨5.2%，鲜菜价格上涨3.8%，畜肉类价格下降1.5%，水产品价格下降5.9%。其他七大类价

格同比六涨一降。其中，交通通信价格上涨9.5%，衣着价格上涨4.0%，其他用品及服务价格上涨3.1%，教育文化娱乐价格上涨2.7%，生活用品及服务价格上涨1.3%，居住价格上涨0.9%；医疗保健价格下降0.1%。

从各类商品及服务价格环比变动情况看，食品烟酒价格下降0.6%。食品中，畜肉类价格上涨4.0%，蛋类价格下降2.0%，水产品价格下降4.1%，鲜果价格下降6.7%，鲜菜价格下降6.9%。其他七大类价格环比二涨二降三平。其中，交通通信价格上涨2.2%，其他用品及服务价格上涨1.0%；衣着价格下降0.7%，教育文化娱乐价格下降0.6%；居住价格、生活用品及服务价格和医疗保健价格与上月持平。

▶ 导读

昔日旧窑厂 如今梦湖湾

2版

杜集区持续提升文明创建水平

2版

5条公交线路可达一中新校区

8版