

以党建引领经济主战场

——仁寿县园区党建工作纪实

本报记者 杜沁莲

近年来,仁寿县不断提升园区党建工作保障水平,确保园区非公企业党组织“工作有力量、办事有经费、活动有阵地”,有效促进了园区党建工作创新突破,推动了园区经济的发展。

强园区党建

贯彻中央、省、市“建强园区党建,引领园区发展”的重大决策部署,着力提升园区党建科学化水平。

建体系明权责。县委根据生产力发展水平,在涵盖一二三产的9大产业园区建立“区镇双重领导”、“镇园合一”、“区镇(乡)跨区域领导”的三类园区管理体制,建立党组织及负责人权力清单和责任清单,从源头上规范权力运行。

抓班子带队伍。分类建立园区领导班子功能结构模型,坚持园区党工委书记列席县委常委会议,提升园区领导班子综合能力。大力推行领导挂帅抓落实工作法、一线工作法、专业工作法、系统工作法,干部作风明显转变。强力实施人才强县战略,引进高层次人才和急需紧缺专业人才,为园区发展提供了坚实的智力和技术支撑。

优保障重考核。成立县委园区党建工作领导小组,坚持县领导联系人才制度;把园区党建经费纳入财政预算;高标准建设园区党群服务中心,构建“十分钟”服务圈;健全园区考核机制,形成强党建、促发展、惠民生的鲜明导向。



党员技术骨干传授专业技能。(资料图片)

促经济发展

坚持围绕中心抓党建,瞄准园区党建突破口,推动园区科学发展。

工业党建抓创新。坚持把创新驱动作为党建引领工业园区发展的突破口,以4大工业园区为平台,大力发展高端装备制造、电子信息、生物医药、新能源、新材料和煤化工6大主导产业,成功引进中国建筑、IBM、中国中铁、法国欧尚4家世界500强企业和中联重科、四川铁投等5家大型国有企业,中建钢构、倍特电动车、中天丹琪、恒重压缩等项目建成投产。

农业党建促增收。坚持把促农增收

作为党建引领农业园区发展的突破口,依托天府花海观光农业园区、四川省现代粮食产业仁寿示范园区和12个特色产业基地,大力深化农村改革,融合一二三产业,成功探索财政资金量化为股权、“公司+合作社+农户”等促农增收模式。

城市党建重经营。坚持把经营规划、经营土地、经营项目、经营管理作为党建引领城市新区发展的突破口,突出“生态打底、引水入城、文化立城、基础先行、新型形态”理念,投资32.5亿元,打造占地5800亩的中央水体公园、仁寿城市湿地公园、文化公园、响水六坊公园组成的生态水体文化长廊,县城建

成公园17个。县城规模拓展13.8平方公里达35平方公里,人口增加11.8万人达38万人,50万人、50平方公里的现代化城市主骨架基本形成。

惠民计民生

坚持把保障和改善民生作为一切工作的出发点和落脚点。

脱贫攻坚全面推进。深入贯彻省委十届六次全会精神,决胜脱贫攻坚,计划到2017年提前3年全县54281名贫困群众全部脱贫。在全省丘陵区县中率先实施总投资16.6亿元的统筹城乡全域安全饮水工程,60个乡镇、160

万群众已喝上安全水、健康水。投入2.5亿元,全县618个村(社区)阵地全部达到室内面积300平方米、室外面积600平方米的标准要求。

社会事业全面发展。2015年高考,全县8项指标居全市第一位,全市文理科状元同时花落仁寿;城北小学建成投用;四川科技职业学院招生投用,成都信

息工程大学天府校区、中国武警警官学院仁寿分院建设顺利;县医院被评为全国县级百强医院;公共文化服务活动蓬勃开展,建成幸福美丽新村(社区)文化院坝20个,县文化馆建成国家一级文化馆;残疾人康复中心建设进展顺利,创新群众来信来访当天办理等工作制度,实现大县小信访目标。



园区党建抓创新,推动企业发展步步高。(资料图片)

劳模周梅: 在田野里放飞希望

本报记者 郭侨 文/图

5月10日,在仁寿县总工会组织的劳模宣讲会上,周梅分享了她的创业经历。

怀揣梦想,南下广州。14年前的周梅,对大城市充满着无限的向往,随同村的姐妹一起南下广州,辗转到了一家纺织公司打工。一个月除去生活开支,所剩无几。日复一日,每日面对的都是冰冷的机器、听到的都是嗡嗡的轰鸣声,周梅对都市的美好梦想、豪情壮志也随着磨灭。2003年,年迈的父母需要照顾,周梅揣着5000元积蓄回到了仁寿。

回乡之后,周梅开始了坎坷的创业之路。从最初的建材油漆销售,再到开办木材加工厂,每一次新的开始都经历着无数的困难和波折,她也从一个完全不懂生意的人,逐渐成为行家手里,创业资金也在不断增长。随着积累的资金越来越多,周梅有了更大的想法。

2009年,仁寿县委、县政府出台了一系列扶持农业的政策,在黑龙滩设立了农业示范园区。周梅对农村始终有一种难舍的眷恋之情,她大胆设想:如果能争取到政府部门的支持,承包土地发展现代农业,将大片土地打造成农业生产基地,就如同工厂那样经营,不但自己实现了创业,还可以请当地的农民到生产基地打工,这样他们也不用背井离乡那么辛苦了。周梅的想法得到了老公的支持,于是就在仁寿县清溪镇石鼓村承包了200亩土地准备种植大棚蔬菜,并注册成立了仁寿县绿源种业有限公司。



周梅在照看核桃树。

“这些都不算什么,回想起这些,除了对孩子的歉疚外对自己的选择从来没有后悔过,没有觉得自己累,总觉得付出是值得的。”周梅说,她种出的菜品品质优良,一到菜市场就开抢,相关领导还经常到基地开现场会,让别人来参观学习。

2011年,周梅调整思路,准备种植有机绿色蔬菜。不料当年的蔬菜行情特别不好,卖菜的钱还不够最后一道采收的人工工资,结果一年下来亏了40余万。这时老公鼓励她:“我们还年轻,还怕没有翻身机会吗!”

于是,周梅踏上了去山东的路,只身到沂蒙山区实地考察人家培育核桃苗圃、种植核桃、经营核桃。周梅把种苗引回仁寿,初次试种技术没掌握好,引种失败。但她没有气馁,再三到山东去观摩种植方法,回来后反复琢磨试种,终于实现了由种植大棚蔬菜到种植有机蔬菜再到培育核桃苗、种植核桃的转型。

周梅苦心经营的核桃苗圃在2013年迎来了“春天”,刚栽种下一年的核桃苗结出了小核桃,周围的农民和农业业主纷纷跑来参观,购买小苗子。就这样,一传十,十传百,苗圃的销路打开了,截至现在卖出了10万余株核桃苗。在苗圃初具规模之时,周梅注册成立了仁寿县大金元核桃专业合作社,并总结出核桃的几种田间套种方法、管理方法,吸收当地农户为社员,帮助他们种植和管理核桃,为他们提供种植——管理——收购——销售一条龙服务。现已初见成效。

“梅花香自苦寒来。”这是周梅最喜欢的一句话,也是支撑她走到现在的精神支柱。她经常自比梅花,不经历磨难,不经历严寒,哪来的梅香?创业路上荆棘不可怕,可怕的是没有一颗坚持的心。无论脚下的路是何等坎坷,周梅说,她都会坚持下去,她深信,希望在田野上能结出果实。

劳模徐文科: “土专家”带领群众富

本报记者 郭侨 文/图

初中毕业回乡,从柑桔种植中找到了致富之路,省级劳模徐文科通过向书本学、向老师学、向专家学、向实践学,实现了柑桔的优质、丰产、高效益和家庭经济的飞速发展。他致富不忘乡邻,毫无保留地将所知技术传授给认识他和他认识的本地柑桔种植户,成为了既有一定理论知识,又有丰富实践经验,饮誉一方的仁寿“土专家”。

5月7日,徐文科在仁寿县新店乡清见园里,一边现场指导村民们施肥和修剪,一边进行技术讲解,说到复杂的地方,还耐心询问村民们是否掌握了技巧。

目前,仁寿县内及周边县清见已达8万余亩,其中本村600余亩,本乡1.2万余亩,本县3万余亩,周边县5万余亩,成为柑桔业中的一大支柱。为了提升清见的产量和品质,徐文科每年都要深入清见主产地,免费培训农民1万人次。

徐文科如今的成就离不开他多年来的刻苦钻研。1995年,他了解到中国柑桔研究所引进了一种日本的优质晚熟柑桔品种——清见,每年3—6月上市,有独特上佳的口味及晚熟的特性,看准了巨大的市场潜力,徐文科毫不犹豫将清见这一新品种带回了家。

两年过去,所有的果树都只开花不结果。辛苦的付出全部打了水漂,徐文科焦急得几夜没有合眼,他深知克服技术难题是发展这一产业的关键。然而在当时,连柑桔研究所的专家对清见都是一知半解,更不用说一名只有初中文化的农民了。没有捷径可走,徐文科就一门心思扑在清见技术研究上,施肥、培土、温度、热量、修枝等各个细节都让他绞尽脑汁。

面对棘手的问题,徐文科害怕过、失望过、痛苦过,但始终没有放弃,试验,失败,再试验。七年的学习、研究和1000余次的试验终于有了回报,



徐文科(右三)给村民讲解技术问题。

清见种植成功。

由于苗木紧缺,徐文科于1999年初新建了中华果园,面积140亩,其中苗圃10亩,年产清见等优质柑桔苗木40余万株,先后向近100户贫困户无偿提供苗木1万余株,极大地推动了清见产业的发展。

2002年,徐文科再次突破技术难关,“水土不服”的清见终于在徐文科的努力下“入乡随俗”,还提前2年进入丰产期。

一个人富不算富,大家富了才算富。为了让家乡父老尽快脱贫致富,徐文科在帮扶困难群众上舍得花时间精力,在增强群众的“造血”功能上想办法。本着“授人以鱼不如授人以渔”的原则,成立仁寿县清见果业专业合作社,利用合作社为每名贫困会员确定一名“结对”帮扶人员,出技术、出苗木、出肥料等,并由合作社担保,

租地105亩,分包给8户贫困会员,建立示范园。示范园实行统一规划,统一铺设滴灌管道,统一管理标准,统购统销,分包户出劳力按照管理标准管理各自果树,销售后按果子产量和赚钱多少分账。协会党支部紧紧围绕“创品牌、拓市场、抓示范、促致富”主题,以“诺字当头,共走致富路”为引领,巩固拓展已有成果,带领合作社做大做强,带动群众共同致富。

清见产业的发展壮大,打响知名品牌,提高产品附加值是唯一出路。徐文科在宣传果品特色、经济价值、食品价值和文化品位上狠下功夫,为仁寿清见注册了商标,并带着绿色清见在省内外多次展销,以其优质、诚信赢得了消费者和水果经销商的青睐,在中南部大城市建立了稳固的销售网络,甚至走出国门,远销新加坡、越南、泰国等6个国家。