



以高质量党建引领一流应用型本科高校建设

□ 汤正华

咨政谏言

百年大计,教育为先。党的二十大报告提出,教育、科技、人才是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑。必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力,深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略,开辟发展新领域新赛道,不断塑造发展新动能新优势。应用型本科高校已成为科教兴国不可或缺的重要力量。作为一所地方应用型本科高校,常州工学院始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,坚持把党的领导落实到办学治校全过程,坚持扎根地方办大学,走出一条党建引领高质量发展的办学之路。

坚持党建引领航定向,办学治校路径更明晰

教育是国之大计、党之大计。常州工学院党委充分发挥把方向、管大局、作决策、抓班子、带队伍、保落实的领导核心作用,坚持落实立德树人根本任务,牢牢把握办学方向,为党育人、为国育才。自学校第三次党代会召开以来,

更加注重加强学校事业发展的顶层设计,从服务于江苏高质量发展、赋能常州产业升级的大局积极谋划发展战略,坚持为地方经济社会发展提供高质量应用型人才和科技创新服务的办学定位,探索地方应用型本科高校的创新发展新路径。

服务区域经济社会发展是应用型本科高校的办学使命。为地方培养更多留得住、用得上的人才,是地方应用型高校的使命和责任。常州工学院积极策应常州“国际化智造名城、长三角中轴枢纽”的城市定位和“532”发展战略,努力服务产业创新、城市能级提升。聚焦内涵提升,全力推进学科建设高峰计划,持续整合资源、凝练特色,努力提高办学层次。推进工程教育论证和一流专业建设,不断优化专业布局,提高学科专业“融常率”,深化教育教学评价改革,加强人才队伍建设,提升办学质量。深化产教融合和创新创业教育,扎实推进“万生进千企、百家进校园”行动,促进青年学生创新创业能力提升,服务“青春留常”,提高毕业生“留常率”。近年来,学校有超过三分之一的毕业生选择留常就业,留常率位居在常本科高校前列。从常州工学院走出的第一届毕业生,已陆续成为向社会散

发的“金名片”,毕业生质量得到地方政府和用人单位的高度认可。

推动党建融入业务,铸魂育人基础更稳固

抓好党建工作是高校办学治校的基本功。常州工学院党委牢固树立“抓好党建是最大政绩”的理念,加强党对学校的全面领导,做到党建工作与业务工作同谋划、同部署、同推进、同考核,强化铸魂育人,团结凝聚师生听党话跟党走。以党建引领前行路,围绕中心抓党建,抓好党建促发展,把党建工作与学校高质量发展各项任务深度融合,努力将党的政治优势、思想优势、组织优势转化为促进学校高质量发展优势,为一流应用型本科高校建设固本强基。

近年来,在学校党委的领导下,学校锚定一流应用型大学的发展目标,着力强化内涵建设,服务常州发展大局,建设一流应用型学科、培养一流应用型人才、为产业发展提供一流服务,各项办学核心指标均进入全国700所新建本科高校前列。学校现已获批9个国家级一流本科专业建设点、19个江苏高校一流本科专业,6个专业通过工程教育认证,智能制造产业学院荣获首批国家级现代产业学院,电机产业学院获批省

重点产业学院,人才培养质量快速提升;获批4个江苏省“十四五”重点学科、4个省级优秀教学、科技创新团队,学科科研水平显著攀升;社会服务能力逐步增强,近三年横向科研到账经费年均增长30%以上,被授予2021年中国产学研合作示范基地;国际交流与合作稳步推进,与德国亚琛工业大学共建的中德亚琛产教融合创新基地,被国家发改委列为“十四五”教育强国项目。

学校始终围绕立德树人根本任务,全面贯彻党的教育方针,完善“三全育人”大思政格局,努力以高水平党建和思想政治工作培根铸魂。结合党史学习教育开展网络思政研究与实践,开展具有影响力、引导力的网络育人活动,并形成了“百名师范生讲述百篇党史故事”“红色故事微朗读”等一批优质网络文化作品,3个创新案例获评江苏省高校党史学习教育优秀案例。学校充分挖掘本土地方红色文化资源,推动党史学习教育常态化长效化,与常州新北区西夏墅镇共同打造“红色基因发掘”项目,与奔牛镇签署《奔牛有故事》文化发掘项目,用好地方红色资源,讲好红色故事,将传承地红色红色基因融入立德树人全过程,用红色信仰引领师生健康发展。

强化党建聚力赋能,干事创业氛围更浓郁

党员是学校事业高质量发展的骨干力量,也是广大师生可感、可亲、可学的身边标杆。全校共有119个党支部,1400余名师生党员。学校党委构建校党委、院级党组织、基层党支部、党员“四位一体”责任落实体系,始终坚持把政治建设放在首位,坚持全面从严治党,强化全校各级党组织和领导干部的政治意识和规矩意识;通过校领导联系基层单位的各种机制,加强对基层党组织的直接指导,不断增强基层党组织政治功能和组织力;在人才培养、学科建设与科研研究、开放办学、社会服务、疫情防控等重点工作中,充分发挥党员干部和教师的主动性、积极性和创造性。

实践证明,学校基层党组织战斗力强不强,重大任务落实是“试金石”,也是“磨刀石”。学校党委深入推进“对标争先”建设计划和基层党支部建设“提质增效”三年行动计划,实施校级党组织“强基创优”建设计划,激发基层党建活力,强化对高层次人才的政治引领和政治吸纳,为学校事业发展储能蓄势。近年来,1个党支部创建成为教育部首批“全国党建工作样板

支部”;6个基层党组织入选首批全省党建工作标杆院系、样板支部培育创建单位;每年荣获多项江苏省高校党建工作创新奖和江苏省高校最佳党日活动奖。学校坚持发挥典型引领作用,打造特色党建品牌,创新工作方法,激发工作活力,推动党组织建设全面进步、全面过硬,始终“让党旗飘扬在一线”,堡垒筑牢在铸魂育人的一线,党员冲锋在攻坚克难的一线。

回望来时路,行向更远处。以省委巡视反馈问题整改为契机,不断健全全面从严治党制度,完善党内监督体系,坚持把“严”的主基调长期坚持下去,坚决扛牢管党治党政治责任,贯彻“四个融入”要求,巩固深化各项整改措施,切实做好了巡视“后半篇文章”,将整改成效转化为高质量发展的持续动力。

紧跟习近平总书记为实现第二个百年奋斗目标、实现中华民族伟大复兴团结奋斗,常州工学院党委将自觉用党的二十大精神指导思想和行动,牢记“三个务必”,坚定捍卫“两个确立”、坚决做到“两个维护”,加强党对学校工作的全面领导,落实立德树人根本任务,以更大的勇气、更快的步子、更强的担当,奋力建设一流应用型本科高校!

(作者为常州工学院党委书记)

高校红色文化育人体系的规范与革新

□ 贾彦峰

新书品读

培养什么人、怎样培养人、为谁培养人,是新时代高校铸魂育人必须解决好的根本问题。红色文化作为中国共产党带领中国人民创造的先进文化,蕴含着为人民谋幸福、为民族谋复兴、为世界谋大同的价值追求,磅礴气势和革命精神,具有跨越时空的感染力、凝聚力和吸引力,为新时代高校铸魂育人提供了丰富的思想文化资源。把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好,是新时代高校肩负的重要使命,是高校思想政治教育的应有之义。以红色文化培育时代新人,对于培养担当民族复兴大任的生力军、培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人,具有重大战略意义。黄刚副教授《新时代高校红色文化教育教学模式探索与实践》一书开篇就指出加强新时代高校红色文化教育的重要性,就当代高校如何推动红色文化教育教学开展的理论之由、现实之义进行了深入阐释,从理论之维与实践之维的双重维度出发,就如何开展新时代红色文化教育教学进行了全方位的总结、提炼和展望,形成了一套兼具规范性与创新性的高校红色文化教育教学模式。

学理探源:让红色文化教育教学有源可寻、有据可依

马克思主义“第一次创立了人民实现自身解放的思想体系”,红色文化则以其史无前例的成功实践验证了这一思想体系的科学性,是超越“空想社会主义”的“实践文化”。在新的时代,仍然需要继续保持这种实践品质。而新时代高校红色文化教育教学的实践性需要以学理探源夯实理论基础。该书从马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相相结合所形成的思想政治教育学理论体系出发,阐明了加强高校红色文化教育教学的必要性、可能性及必然性,结合马克思主义“人本性”强调了高校红色文化教育与“人的自由全面发展”的内在联系。同时,针对命题中两个核心概念——红色文化教育与红色文化教学的辩证关系,强调了红色文化教学之于红色文化教育的从属性质,意在避免实际应用中的“概念置换”“混通为一”的问题。“以马克思主义理论为指导”是进行红色文化教育教学及其相关研究的指导思想和理论底色。通过探究马克思主义基本原理与红色文化之间的内在联系,将红色文化教育同思想政治教育、社会主义核心价值观教育贯通,统置于“全面提升高校学生

思想道德素养”及“坚持不懈进行意识形态建设”的时代命题之下,明晰了红色文化教育教学的宏观范畴及具体定位,使得红色文化教育教学有源可寻、有据可依。该书对改革开放以来高校红色文化教育研究进行了梳理回顾,以“历史的眼光”对“重构重建”“迎接风险挑战”“持续升温”三个阶段的红色文化教育任务、重心、举措进行考察分析,承继和拓展了“理论与实践并重”“主、客、介、环多角度共建”等红色文化教育经验,为构建管用、高效、具有时代特色的高校红色文化教育教学体系奠定了扎实的基础。

跳出窠臼:多维构建高校红色文化教育教学的革新路径

红色文化教育教学要避免落入“碎片化”“形式化”的窠臼,需从多个层面进行突破性革新。该书以红色文化教学为发展和传播红色文化教育的主要着力点,力图通过学科设置革新、教学策略革新、教学路径革新来推动红色文化教育教学效力的根本提升。学科设置层面,明确提出依托于马克思主义理论一级学科,全面设置红色文化研究二级学科的构想。教学策略层面,在承继前人研究和实践的基础上提出“三结合”,即理论与实际结合、历史与现实结合、讲授与体验结合,形成了一套“互动式”“启迪式”“体验式”的教学方略。同时,基于“整体论”及“需求—支持论”视角,立足于“新时代”“大变局”时代坐标认为,一方面,需要对红色文化本身进行整体化、系统化的挖掘与重构,形成从理论研究到教学实践,涵盖主体、客体、介体、环体多角度的整套贯通性流程体系;另一方面,红色文化教学又要紧扣“为中国特色社会主义建设培育人才”的使命担当,确保红色基因传承和红色血脉赓续,亦需要充分关照高校学生作为“社会个体”和“鲜活生命”的真实需求,将马克思主义“人本性”思想具象化为“生本论”,瞄准当代高校学生的“Z世代”特质,确立精准的红色文化教学靶向,高效推动立德树人工作的开展。教学路径层面,通过引入经济学“供给论”概念,从供给内容、供给主体、供给方式、供给环境等全方位入手,强调要紧紧抓住高校思想政治理论课这一主渠道,凸显培养拥有扎实专业知识、坚定理想信念、崇高育人使命的思想政治理论课教师队伍以更好担当红色文化教育重任的必要性及紧迫性。从“生本论”视角出发,充分洞察思想政治教育“知—情—意—行”的一般规律,贯彻启迪式、互动式、体验式教学的基本策略,提出“三个双向”,即线上线下、课前课后、校内校外协同发力的教育模式,倡导图

书创新,彰显时代奋斗精神与红色文化价值,以适应当代育人任务的客观需要及高校学生的主观需要。

对于红色文化教育教学质量评判体系研究方面的不足,则借助OBE(Outcome-Based Education)“三级理念”,构建了一套“四个要素”“三级指标”评价机制,来评判“是否把红色文化资源利用好”“是否把红色文化传统发扬好”“是否把红色文化属性即‘地域属性’进行整体统合和占比梳理,不同地域红色文化资源存在的样态差异、开发条件差异、历史背景差异要求其运用要因地而异、因受众而异、因展现形式而异,即如何能够深入激发高校学生的情感认同和探究热情仍然是高校利用当代红色文化资源过程中的重要问题,要依地缘优势充分发掘当地红色文化资源在实现思政教育增项方面的潜在势能,实现红色文化资源向思政教育资源的充分转化。该书以北京联合大学、西北民族大学、中国矿业大学、徐州工程学院等高校的红色文化教育实践为研究样本,加强规律性研究,加强经验总结和理论升华,推动全国高校凭借“打造红色文化育人品牌”“构建红色文化育人平台”“创办红色文化育人活动”实现红色文化教育“走深”“走细”“走心”。

落到实处:系统梳理高校红色文化教育教学实例,升华经验

在厘清红色文化教育教学基础理论、发展脉络及革新举措的基础上,对红色文化的重要载体——地域红色文化资源以及地方高校的实践案例进行了系统梳理和深入分析。红色文化资源星罗棋布,该书根据其核心属性即“地域属性”进行整体统合和占比梳理,不同地域红色文化资源存在的样态差异、开发条件差异、历史背景差异要求其运用要因地而异、因受众而异、因展现形式而异,即如何能够深入激发高校学生的情感认同和探究热情仍然是高校利用当代红色文化资源过程中的重要问题,要依地缘优势充分发掘当地红色文化资源在实现思政教育增项方面的潜在势能,实现红色文化资源向思政教育资源的充分转化。该书以北京联合大学、西北民族大学、中国矿业大学、徐州工程学院等高校的红色文化教育实践为研究样本,加强规律性研究,加强经验总结和理论升华,推动全国高校凭借“打造红色文化育人品牌”“构建红色文化育人平台”“创办红色文化育人活动”实现红色文化教育“走深”“走细”“走心”。“任何真正的哲学都是自己时代精神的精华”。红色文化为代表的革命哲学充满了敢于斗争、善于斗争的精神,体现了为人民谋幸福、为民族谋复兴、为世界谋大同的价值性。不论是教育强国战略还是文化强国战略都离不开“用心用情用力保护好、管理好、运用好红色资源”,从而增强“表现力、传播力、影响力,生动传播红色文化”,而高校红色文化教育恰恰位于教育强国和文化强国战略两大战略的交汇点,这凸显了新时代高校红色文化教育教学模式探索的重要性和紧迫性,需要学界、教育界等相关人士进一步加强研究、不断实践、深入发掘。

(作者单位:江苏师范大学马克思主义学院)

消费帮扶四结合助力“栖商协作”谱新篇

□ 曹 禺

聚焦苏陕协作

消费帮扶是实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的重要举措。近年来,南京市栖霞区对口帮扶商洛市商州区联络组坚持从帮销、促产、疏浚、解困等多方面综合施策,积极推动苏陕协作再上新台阶。

“政府帮扶+市场导向”聚合。南京市栖霞区的商洛农产品专柜自去年开馆以来,先后甄选出百余种贴近南京市民消费习惯和需求的商洛农产品,以多种农产品大礼包的形式“入驻”辖区百家企业节日福利选购单,精准实现供需对接。此外,联络组还积极促成商州区润科农业投资开发有限公司与南京福之兴

专业销售团队的市场化产销合作,实现蟹味菇和白玉菇单品日销量10000袋,带动4000户脱贫户每年增收2000元。“企业发展+树立品牌”添动力。商洛市被誉为“中国核桃之都”。如何在栖商协作中成功打响“商洛核桃”品牌,联络组“两头发力”:一方面着手于主导农业产业的培育,扶持栖商共建产业园内的陕西供销兴茂科技有限公司为苏陕协作社区工厂,重点提优秦岭“兴茂”核桃的种植与相关产品的深加工;另一方面着手于市场销路的打开,通过抖音、拼多多、京东等线上平台实现“兴茂”核桃销售额超1000万元。联络组从南京招引而来的商洛福之兴农产品贸易有限公司每年通过线上线下

“双通道”帮销商洛农产品上千万。今年年初,受新冠肺炎疫情影响,联络组积极牵手中国邮政,开辟了“商洛—南京”物流专线,确保货品“运得出”“寄得到”。

“传统原料+创新产品”增活力。在联络组的牵线下,商洛供销社电子商务有限公司经多次赴宁交流以及40多次的产品口味调制,最终研发出一款国内首创、以中国“核桃之都”商洛老树核桃为主要原料的“大秦岭牛伯伯”品牌核桃酱。单品在江苏市场年销售额逾百万元。联络组引进的商洛花想蜂农业技术开发有限公司更是通过聘请西北大学食品科学学院的教授团队入企设工作站,以技术创新助力产品创新,推出的相关产品在今年的丝博会上备受好评。

(作者单位:栖霞区对口帮扶商洛区联络组)

中国石化易捷服务系列调研之二|产品篇 聚焦“重大频联”,兜起美好“车生活”

近年来,中国石化销售股份有限公司江苏石油分公司将非油品业务提升到与油品业务并肩的主角位置,以“易捷”服务为平台,精品化优选“重大频联”(质量重、体积大、购买频次高、与加油站场景关联)产品,为广大车主构建起更加高效便捷的“车生活家生活”消费圈。

便捷:满足居民即买即走的消费需求

打造特色场景,实现便捷购物。不同于普通便利店,易捷便利店“诞生”于中国石化加油站。来加油站加油的客户,在加油间隙到便利店购买一些日常所需用品,即买即走,既方便快捷,又实惠放心。不仅如此,主动迎合后疫情时代的新消费习惯,易捷近年来还推出“易捷到车”“泵导购”等模式,极大满足了客户不愿意下车、不愿意进店、不愿意多交流的新购物需求。

聚焦“重大频联”,培育细分市场。精准对接有车族购买需求,中国石化江苏石油全力打造“重大频联”商品体系,培育大米、食用油、牛奶、饮用水、纸品、洗衣液、玻璃水等细分市场,并以“后备箱购物”“一站式服务”等一举实现了“免密接”“免搬运”“省力省时”和“油非服务一体化”的消费新满足。

优质:“万店无假货”夯实品牌信誉

实施源头品控,引进优质商品。作为中国石化的子品牌,易捷始终将“优质”作为生命线,引入头部品牌商品,加强全链条质量管控,打造百城万店无假货。其油质质量管理体系和食品安全管理体系已通过ISO9001质量管理体系认证和ISO22000食品安全管理体系认证。各门店更是严格落实商品质量盘点制度,每年都会对2300家门店的1万余种商品进行专项质量检查及库存盘点工作,用行动不断夯实信誉。

实施差异化采购,构建优质自有商品矩阵。截至目前,已培育推广卓玛泉、

长白山天泉、鸥露纸、赖茅酒、三人炫、海龙燃油宝、尾气处理液等十余个自有产品品牌,易捷咖啡、澳托猫等服务品牌,易享节、微光计划等活动品牌,以及易捷商城、易捷国际等平台品牌。同时持续加快开发和培育江苏自有品牌商品。今年1—9月的“易捷”销售总额近亿元。

平价:“一体化”构建亲民的价格体系

全场“嗨购”不断。以“油非一体化”营销为重要抓手,易捷常态化开展“加油送券、易捷嗨购”系列优惠活动,从当季畅销“嗨购”6折起,到大米、食用油、牛奶等7折优惠,再到全场“尽享8折”……一直以来,易捷以亲民、合理、公道的价格日渐赢得消费者信赖。在刚刚过去的“易享节”,江苏易捷以“加一元多一件”的特有IP活动,10月10日当天动销2.6亿元。

从车主走向周边居民。面向加油车主们馈赠的“易捷”购物券等,既是链接加油站与便利店不同场景的有效方式,也是中国石化作为大型国企持续利于民、坚持优品惠民的责任体现。近年来,易捷还以油站门店为依托,将优质、平价的商品逐渐延伸和惠及周边的社区居民,易捷“好邻居”的形象深入人心。

创新:“线上+线下”打造易捷新零售场景

用券造节,打造易享IP。为提高知名度、提升吸引力,“易捷”品牌创设了“1+4+N”营销平台。“1”即油服抵扣券营销,“4”即“年货节”“养车节”“酒水节”“易享节”全年四大节日。其中,每年9月—10月举行的“易享节”现已成为全国最大线下购物狂欢节。2022年,“易享节”线下参与门店数量近2万家,店庆日5天活动销售突破38亿元。“易捷”品牌价值从2018年的25.69亿元增长到2022年的197.53亿元,成为集团公司品牌价值最高的子品牌。“N”即除四大节日以外的其余19个节日,如妇

女节、端午节、儿童节等,与四大节日互为补充、相辅相成。

线上+线下,打造新零售场景。在深耕线下门店的同时,中国石化江苏易捷陆续打造“易捷商城”“石化到家”“易捷到车”线上平台,并利用自身网络优势和客户资源优势,大力推进社群营销,实现消费者购物可到店、可到车、可到家。2022年7月20日,以“探寻江苏味道,尽享美好生活”为主题,江苏易捷还特别精选了无锡阳山水蜜桃、淮安盱眙小龙虾、南京盐水鸭等江苏地方特色产品,为农产品搭建线上销售平台,公益助力乡村振兴。

共赢:多元业态服务“易捷”生活

巩固汽服发展,丰富功能矩阵。借加油站的场地便利,“易捷”现已在全国打造了超8500个的汽服网络,日均提供洗车服务超40万次。根据“一站直达的守护”构想,当前“易捷养车”正以为车主提供各种养车服务为切入点,逐步构建起集购车、用车、养车、置换等服务及“车生活”全生命周期的一站式服务链条,让“易捷”更便捷。

入局餐饮行业,增强综合实力。在积极探索餐饮新业态方面,中国石化江苏一是依托石化站点的网络和客流优势,累计与肯德基、吉祥馄饨、如意米饭等餐饮品牌合作建成餐饮项目100余座。与金陵饭店共同推出金陵大肉包阳光早餐服务也很好满足了车承司用餐需求。二是拓展餐饮外送业务,连云港苍梧路肯德基、镇江高楼肯德基、易捷咖啡门店均已开通外送业务,其中肯德基销售同比增幅22%。三是探索更加契合加油站场景的“小店”餐饮模式,成立易捷咖啡合资公司,在全省范围内建成易捷咖啡门店18座、星小二门店13座、小易灵智慧餐柜5座。

新华传媒智库·企媒合作创新研究基地调研组

执笔:张晓蕊 李昀熹
统筹:封昌建 宣颖