奋力以高质量机关党建促进长沙高质量发展

深学笃行习近平党建思想

梁敏

习近平党建思想内涵丰富、系统完整、博大精深，为新时代机关党建高质量发展指明了前进方向、提供了根本遵循。市直机关各级党组织在习近平党建思想科学指引下，坚持守正创新、狠抓落实，持续推动党建工作与业务工作深度融合、互促共进，为长沙高质量发展和现代化建设注入澎湃动能。

一、坚持政治统领，把牢高质量发展正确方向

习近平总书记指出：“带头做到‘两个维护’，是加强中央和国家机关党的建设的首要任务。”各级机关首先是政治机关，旗帜鲜明讲政治是第一要求。我们始终把做到“两个维护”贯穿机关党建全过程各方面，确保发展不偏航、前行不松劲。以政治建设铸牢忠诚底色。持续深化模范机关建设，严格落实“第一议题”、闭环办理“第一要件”，压紧压实意识形态工作责任制，引导党员干部深刻领悟“两个确立”的决定性意义，坚决做到“两个维护”。以理论武装夯实思想根基。构建中心组示范学、党支部深入学、青年理论学习小组跟进学、工委列席旁听督促学“四学”联动体系，打造特色学习载体，切实把党的创新理论转化为改造思想、指导实践的有力武器。以学用贯通提升政治能力。搭建“指尖、心间、足尖”成长平台，引导年轻干部修好理论学习、党性锻炼、基层实践三门课，相关做法获评全国党建创新成果百优案例；连续5年举办“岗位大练兵、技能大比武”活动，广大党员干部在学思践悟中持续提升政治判断力、政治领悟力、政治执行力。

二、坚持服务大局，激活高质量发展强劲效能

习近平总书记明确指出：“只有围绕中心、建设队伍、服务群众，推动党建和业务深度融合，机关党建工作才能找准定位。”党建工作与业务工作目标同向、行动同步，绝不能相互脱节。我们聚焦打造“三个高地”、长株潭一体化发展、全球研发中心城市建设、“企业服务年”等中心工作，不断拓展融合路径，推动党建优势转化为发展胜势。聚焦产业发展添动力，创新开展“书记领衔项目”活动，建立项目立项、过程督导、成果验收的全链条管理体系，形成机关各级党组织书记一起抓党建、促发展的生动局面。聚焦为民服务暖人心，打造“乡当红”“供销先锋”等党建平台，推动102个特色村党组织与社区党组织结对共建，助销农副产品近1亿元；创新开办干部职工子女寒暑期托管班，切实解决干部职工急难愁盼问题；深化在职党员进社区报到服务，办理惠民实事3305件。

三、坚持强基固本，筑牢高质量发展组织根基

习近平总书记强调，党的力量来自组织。我们牢固树立大抓基层鲜明导向，以坚实组织基础，为高质量发展提供坚强组织保障。建强组织体系。深入推进“四强”党支部建设，举办机关党组织负责人示范培训班，提升党务干部抓统筹、促发展的过硬本领；健全完善机关党建责任体系，抓实党建述职评议考核，确保党建与业务同谋划、同部署、同落实、同检查。擦亮党建品牌。出台机关党建品牌建设工作方案，指导机关党组织立足职能、紧扣实际，因地制宜培育形成“心联新”“企服同行”等46个特色党建品牌，推动党建与业务融合成果可感可学、常态长效。激发队伍活力。连续4年举办15期“机关党建服务高质量发展”专题培训班，960余名党员干部参训提能、增长才干；近5年推选获评省、市级“两优一先”、先进工作者、五一劳动奖、工人先锋号等先进典型352个，以先锋模范激励广大党员干部见贤思齐、争当先锋，凝聚起推动发展的强大合力。

四、坚持严管厚爱，净化高质量发展政治生态

习近平总书记指出，好干部是选出来的，更是管出来的。严管就是厚爱，是对干部真正负责。我们坚持把从严管理监督和鼓励担当作为贯通起来，推动党员干部始终保持赶考清醒，焕发蓬勃朝气。以严实作风促实干。扎实开展树立和践行正确政绩观学习教育，指导机关各级党组织一体推进“学查改”；持续深化整治形式主义为基层减负，大力纠治“机关病”“衙门作风”，推动形成重实干、出实招、求实效的浓厚氛围。以清廉建设树新风。纵深推进清廉机关建设，持续深化“零违纪零违法零发案”竞赛活动，累计选树3个清廉单元样本和22个清廉机关培树点；严格落实“三个区分开来”，不断完善容错纠错机制，旗帜鲜明为担当者担当、为负责者负责，大力营造敢闯敢干、履职尽责的良好干事氛围。

〔作者系长沙市直机关工委常务副书记，本文为长沙市哲学社会科学规划课题（2026CSSKKT512）阶段性研究成果〕

一江串多岛 文旅融三城

——以洲岛协同发展赋能长株潭一体化

阳丽波 龙婧婧

习近平总书记指出：“文旅融合前景广阔，要推动文旅产业高质量发展，真正打造成为支柱产业、民生产业、幸福产业。”长沙作为“山水洲城”特色文旅资源富集地，发展势头强劲，旅游枢纽城市、国家文旅消费示范城市、全球100目的地、年度活力之城、假日旅游热门城市TOP10……一个个荣誉见证文旅长沙的魅力。而前不久召开的长沙市第十五次党代会明确提出，“推进文化和旅游深度融合”“着力加快长株潭一体化进程，不断提高区域协调发展水平”。湘江作为串联三城的“天然纽带”，其洲岛资源的全域融合与协同开发，正成为区域文旅一体化的重要切口。笔者认为，应依托现有优势，持续驱动文旅体深度融合，以“水上长株潭”为空间载体，加速构建“一江串多岛、移步皆成画”的水岸旅游长廊，以洲岛协同发展赋能长株潭一体化。

畅联全域交通网络
推动洲岛共通

交通互联是导入消费、将“流量”变“存量”的先决条件。当前，长株潭一体化正加速推进“轨道上的长株潭”和融城干道网建设，湘江沿岸长株潭段290公里道路力争2027年底实现全线贯通，三市正全力推动道路贯通、洲岛联通、景观融通。洲岛文旅协同，交通必须先行。为此，应着力构建“水陆空”三位一体的立体交通体系。

一是升级水上交通网络。优化航线走向，开通橘子洲至月亮岛、巴溪洲、兴马洲等航线，并延伸至湘潭杨梅洲、株洲古桑洲及挽洲等沿江洲岛，合理增加航班班次。建设高标准轮渡码头，完善码头接驳系统，在主要洲岛增设停靠点，构建“游船+洲岛+两岸”一体化游览模式，串联形成“水上长株潭”文旅走廊。

二是贯通岸线慢行系统。依托湘江沿岸（长株潭段）道路贯通建设，沿湘江两岸贯通滨江慢行绿道，串联洲岛与岸线景观资源，建设亲水栈道、观景平台等配套设施，让“水上游、陆上行、慢道赏”成为区域协同的日常体验。

三是开辟低空观光网络。依托长沙坪塘通用机场建设契机，对接长株潭低空文旅协同布局，联动洲岛现有的洪家洲跳伞基地、傅家洲星空飞行营地，以及株洲绿色九郎锋飞飞行基地等低空载体，开辟串联湘江洲岛的低空观光游线。游客可从空中俯瞰“一江串多岛”的全貌，将跳岛游览从平面推进到立体，打通洲岛间的空中通道，为长株潭全域客源流动提供坚实支撑。

优化全域产品供给
推动客源共享

产品供给是留住消费、将“流量”变“留量”的核心引擎。湘江长株潭段现有17个可见洲岛，为线路串联提供了天然资源基础。整合洲岛特色资源禀赋，针对不同客群需求，系统推出主题鲜明、服务便捷的产品服务，引导客流在各洲岛间有序流转，实现客源互送、市场互补、消费互促，有效破解“冷热不均”的单岛极化难题。

一是做精线路矩阵。推出三大主题线路：“红色经典+运动活力”线串联长沙橘子洲、月亮岛与株洲挽洲，做强红色研学与体育IP。“生态研学+亲子露营”线串联长沙巴溪洲、鹅洲与湘潭杨梅洲，将湿地保育与自然教育深度绑定。“慢生活+原乡体验”线串联长沙兴马洲、鹅洲与株洲古桑洲，深挖历史传说与乡土文化。

二是丰富产品组合。推出“跳岛通票”“定制包船”等票务组合，配套“景点+交通+餐饮+文创”打包套餐，深化“生态+”“文化+”“体育+”“夜间+”业态融合，开发生态观测、桑蚕体验、康养疗愈、非遗工坊、体育赛事、夜游航线等项目，让游客从“看一眼”变成“留一晚”，实现从“客流”到“客留”的质变。

三是做深智慧服务。开发“一码游”小程序，整合线路预订、轮渡查询、景点导览等功能，实现“一码通全岛”，并逐步拓展至长株潭沿江文旅场景；布局AR实景导览、数字沉浸式演艺等数字体验，依托大数据实时监测客流、动态优化航线运营，以科技赋能提升游客参与感与复游率。

统筹全域品牌营销
推动形象共塑

品牌营销是吸引消费、将“流量”变“增量”的重要路径，也是提升长沙城市首位度和辐射带动力、以“一座城”理念推进长株潭一体化发展的应有之义。

一是统一外宣标识。整合洲岛、两岸、古镇文旅资源，以“水上长株潭”为空间品牌，统一“湘江百里画廊”视觉标识，将“一江串多岛、移步皆成画”作为核心宣传语，全方位展示“湘江百里画廊、洲岛各美其美”的整体风貌。

二是拓展传播渠道。依托“文旅中国”“文旅湖南”“又湘游”等国家、省级平台，联合湖南日报、芒果TV、三市党报等主流媒体，用好小红书、抖音等新媒体平台，通过专题报道、短视频推送、直播探岛等形式，全方位展示洲岛风貌与文旅特色，扩大品牌在长株潭都市圈乃至全国范围的知晓度。

三是强化节赛引流。策划举办“湘江洲岛文化旅游节”“跳岛游体验官招募”等品牌活动，借势长沙网红城市热度、第十六届全运会契机和长株潭一体化重大节会赛事，持续制造传播话题，将赛事流量转化为洲岛文旅的持久热度。

深化全域机制创新
推动治理共协

体制要素融合是洲岛文旅长远发展的重要保障，也是长株潭一体化从“物理联通”迈向“化学融合”的关键。要打破行政区划分割，在长株潭一体化框架下理顺生产关系、优化制度供给，为“水上长株潭”松绑赋能。

一是创新跨区域管理运行机制。针对六大洲岛分属长沙三区、株洲湘潭沿江洲岛联动不足、多头监管、建设运营主体各异的“多龙治水”格局，应依托长株潭一体化协调机制，建立湘江洲岛文旅协同发展联席会议制度，推行“管委会+平台”运行模式，厘清行政监管、属地治理、市场运营三方权责，推动三市规划共编、项目共建、航线共营、执法共管，全面提升跨区域协同运转效率。

二是优化跨区域政策扶持体系。争取省级层面设立长株潭湘江洲岛文旅产业引导基金，推动三市在点状供地、岸线利用、船舶运营、票务互通等方面政策衔接，简化跨市中小微主体办事流程，补齐研学、数字文旅等领域政策短板，让政策红利精准直达长株潭洲岛市场主体。

三是强化跨区域人才智力支撑。建立长株潭文旅人才共享库和联合引育机制，引进文旅策划、专业运营等紧缺人才，依托三市高校、职院校企合作培育本土服务队伍，推动导游、船员、研学导师等资质互认，促进人才在湘江洲岛间有序流动。

四是探索跨区域生态价值转化。建立长株潭湘江洲岛生态保护与收益反哺机制，探索生态补偿、碳汇交易、门票收益分成等模式，推动生态保护、产业发展、民生普惠有机融合，让三市共享洲岛协同发展红利，为产业行稳致远提供根本支撑。

湘江奔涌，洲岛串珠。唯有在长株潭一体化框架下打破空间阻隔与运营壁垒，以机制创新促协同、以要素共享促融合，让资源流动起来、线路串联起来、品牌统一起来、治理协同起来，才能真正实现“1+1+1>3”的集群效应。打造“水上长株潭”文旅长廊，既是长沙文旅转型升级的实践探索，更是赋能长株潭都市圈建设的重要抓手。推动众洲抱团发展，从“一岛独秀”迈向“美美与共”，必将以文旅融合实效助力长沙当好引领长株潭一体化发展的排头兵。

（作者分别为中共长沙市望城区委党校讲师，中共湖南省委党校纪检监察部主任）

奋进新征程 当好排头兵



天地生之，圣人成之。——《荀子》

漫画／吴志立

哲语漫画



释文：事不避难
篆刻／徐坦

当好企业的最暖合伙人

李姗芙

立足城北发展格局，面对新能源汽车行业承压转型、业态单一增长乏力的现实困境，开福区秀峰街道办事处秉持“企业所需、街道所能、发展所向”理念，深耕全周期、精细化企业服务，全力当好企业发展最暖合伙人，推动汽车市场蝶变升级，激活片区产业发展新动能。

以场景再造撬动产业融合。香江国际汽车城转型初期，大片用地长期空置，业态单一制约客流增长。街道紧盯企业痛点，靠前对接多个职能部门，全力为香江国际集团争取临建豁免清单，同步申报体育产业发展专项补贴，打通项目落地关键关卡。依托闲置地块，成功引进4家体育运营商，建成赛事标准轮滑馆、集集训健身于一体的高端网球馆。体育场馆投用后，月客流量突破万人次，不少市民前来运动休闲之余，顺路看车、试驾，以体育运动引流反哺汽车消费，走出一条“体育聚人气、汽车促消费”的跨界融合新路子。

从单点帮扶走向产业共生。街道主动牵线搭桥，联动汽配城商户与汽车城经销商深度合作，打通新车销售、维修保养、改装美容等环节，客户在汽车城内即可完成购车养车全流程。针对园区职工、消费者通勤不便难题，街道多方对接引入第三方共享单车，补齐园区短途出行短板，打通消费出行“最后一百米”。

服务是政企携手的“大合唱”。街道主动搭建企业供需对接平台，推动汽车经销商、汽配商户、体育场馆资源互通、客源共享。体育场馆的运动客流转化为汽车潜在客户，汽车城购车客户可享受体育场馆优惠体验，商户之间资源互换、客源互导，让园区企业从隔壁“邻居”变成发展“伙伴”。

（作者单位：长沙市开福区秀峰街道办事处）

就是这个理

推动长沙网红经济与实体经济双轮驱动

彭劲杰

习近平总书记指出：“要建立和完善扩大居民消费的长效机制，使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费。”这既聚焦居民消费的底气与意愿，也指向城市发展的活力与后劲。长沙正以文旅深度融合和消费能级提升，把网红“流量”积蓄为发展“能量”。笔者认为，在此过程中，应进一步构建供需双向赋能机制，形成供需螺旋式上升的良性生态，实现从“短期爆红”向“持续长红”转变。

理论之基：供需双向赋能机制是消费长效机制的核心

马克思主义政治经济学从生产与消费的辩证关系出发，揭示供给与需求相互依存、相互转化：生产奠定消费的物质基础，并决定消费的对象、方式和动力；消费反作用于生产，为生产创造新的需要、引导生产方向。习近平总书记关于统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革的重要论述进一步表明，扩大居民消费的长效机制并非单向需求刺激，而是推动供需在更高水平上实现动态平衡，形成需求牵引供给、供给创造需求的良性循环。网红经济以场景与情感创造需求，实体经济以品质与生态强化供给，二者协同将时效性“注意力”转化为持续性产业竞争力。长沙实践正是上述逻辑的典型例证。

供给之基：从“单点爆款”到“生态梯队”的产业跃迁

长沙新消费模式的核心特征并非短期爆发，而在于供给梯队持续生成。茶颜悦色以新中式赋予文化意蕴，文和友以沉浸式复原市井记忆，鸣鸣很忙、金粒门、几多全等以量贩鲜零模式重构消费动线，覆盖全链条。供给第一层次是产品向情感价值跃迁：命名、空间、选品使消费由购买转向参与。供给第二层次是生态向制度维度升级：以首发机制引入新供给，夜间延时拓展时长，银发经济、甜蜜经济、体育经济等补足缺口，并配置“大消费”数据平台，将单品爆款培育为品牌矩阵、网红流量沉淀为产业产能。市井烟火仅为表层表征，制度安排方为深层结构；短期爆款反映流量现象，产业生态构成长期根基。

协同之道：从“流量关注”到“消费信任”的供需双向赋能

流量引发的关注不等于信任，打卡热度不等于重复消费。将“流量”转化为“留量”，需在制度、供给、需求三层形成协同。

制度层面，以“消费友好”为导向，通过预付卡资金存管、直播信用档案与商品溯源、国际化服务与涉外支付完善等安排，推动“网红打卡”向“放心消费”转化；同时打通就业、收入、保障、消费全链条良性循环，以收入预期稳消费信心，以保障托底强消费底气。供给层面，以首发经济推动精准匹配，设立首店激励基金，吸引国际品牌“首落星城”；推动湘绣、湘菜等本土品牌高端化，构建“品牌孵化器+流量试验场”产业生态。需求层面，以场景建构蓄积消费能量，通过“节庆化运营+头部品牌联动”等方式，将短期流量峰值导入具有产业纵深与消费黏性的场景，把“一次打卡”转化为“重复消费”。三层协同，使需求侧稳定为供给侧结构性改革提供积极市场回馈，形成供需螺旋式上升的良性生态。〔作者系湖南省中国特色社会主义理论体系研究中心省委党校（湖南行政学院）基地特约研究员〕

推动湖湘文化走向世界

胡镜明

文化传播力是城市软实力的“第一扇窗”。长沙坐拥“山水洲城”资源禀赋、三千年楚汉文化底蕴和世界“媒体艺术之都”称号，网红优势显著，却面临“流量有余、深度不足”的品牌升级困境。大型综合赛事对城市品牌具有提升效应，2029年第十六届全运会正是重要战略窗口：其注意力资源高度集中、传播主体协同、内容供给稳定、遗产可长效沉淀，有望破解长沙内容转化不足、活动后沉淀缺位等短板，推动城市从“流量网红”走向“品质长红”。为此，建议构建“一个总品牌、两个转化、三个传播矩阵、四个长效机制”。

一个总品牌，即确立全周期统一的城市文化叙事主线。建议由市委宣传部牵头，确立“红色热土·山水洲城”全运会城市文化叙事总品牌，贯穿筹备期、举办期、后赛事期全周期使用，统一应用于场馆视觉、城市标识系统、对外宣传物料、文创产品及周边活动，放大传播效果。

两个转化，即把湖湘文化转化为赛事语言，把赛事内容转化为城市资产。将湖湘精神与奥林匹克精神深度融合，比如奖牌、火炬、吉祥物设计融入马王堆纹样、湘绣色彩、岳麓书院意象等文化符号，实现湖湘文化的赛事化转化，使“看全运”同时成为“读长沙”。建立赛事文化资产清单制度，对开闭幕式影像、文化活动内容、吉祥物及周边进行版权登记与系统归档，赛后统一运营；提前谋划主场馆的赛后文化功能，常态化引入国际艺术展览、文创市集等，使场馆本身成为文化传播力的物质载体，实现赛事内容的资产化转化。

三个传播矩阵分别为：构建立体化的全域传播体系，依托马栏山视频文创产业园，组建马栏山内容矩阵，围绕场馆建设、运动员故事、城市风貌等生产内容产品，实现从“被动式报道”到“主动造内容”的转变；组建国际传播矩阵，推出多语种城市形象系列内容，实现从“翻译式传播”到“本地化创作”的升级；实施“全民传播员”计划，通过短视频大赛、城市打卡路线、全民直播等方式组建市民参与矩阵。

四个长效机制确保赛后文化传播力不衰减。一是领导机制。建议设立文化传播专项工作组，由市委宣传部统筹，文旅、体育、教育等部门及各区县（市）共同参与，明确责任主体与年度任务清单。二是内容生产机制。设立全运会主题内容创作专项资金，采用“政府引导+市场运作”模式，形成持续稳定的内容供给。三是国际交流机制。拓展国际友好城市与交流网络，争取更多国际体育组织等来长设立联络处或合作平台，把赛事期间的对外交流关系固化为长效合作。四是评估考核机制。建立文化传播力年度监测评估制度，监测指标涵盖城市品牌价值、网络传播指数、新媒体传播量、国际媒体自主曝光度、入境游客文化消费占比等，每年发布评估报告，为下一轮传播策略调整提供依据。

〔作者单位：长沙军用饮食供应站。本文为长沙市哲学社会科学规划课题（2026CSSKKT529）研究成果〕

理响千字文