

以基本培训为抓手 推动干部教育培训高质量发展

镇江市委党校(镇江市行政学院)党学副科长(院)长 朱定明

今年年初召开的全国党校(行政学院)校长(院长)会议提出了以基本培训为重要抓手带动党校事业高质量发展的新要求,为做好新时代党校教育培训工作理清了工作思路、提供了遵循,镇江市委党校将以基本培训为抓手,不断推动干部教育培训工作再上新台阶。

提高政治站位 深刻把握基本培训的重要意义

开展基本培训,是加强新时代干部教育培训、推动党校事业高质量发展的基础工程。

一方面,基本培训理念深刻把握了新时代党校的职责定位,找准了党校服务中心大局的结合点、切入点、着力点。另一方面,基本培训理念的提出,具有很强的现实针对性,是践行党校“为党育才、为党献策”初心使命的应有之义,也是新时代新征程党校高质量开展教育培训、高水平服务党和国家事业发展的现实需要。

对照基本培训要求,目前干部教育培训工作还存在着培训覆盖不够全面、优质资源整合力度不高、培训方式方法亟待创新等问题。镇江市委党校将牢牢把握基本培训的内涵要义和实践要求,树立基本培训理念,不断增强实施基本培训的责任意识,结合镇江发展实际和干部队伍建设需要,科学制定基本培训方案“镇江版”,推动构建多要素融合、多环节贯通、多主体协同的镇江干部教育培训新格局。

严格落实要求 高质量开展基本培训工作

1. 培训对象更加全面。坚持以“严格按照学员对象级别设立班次和培训主题,严格按照学员对象类别设立班次和培训主题”的“两个严格”为导向,将县处级领导干部、企事业单位领导人员和乡科级领导干部作为市委党校基本培训对象,采用“5+N”班次设置,即市管主要领导干部专题研修班、县处级干部进修班和专题研修班、培训班、专题研讨班、师资培训班五类基本培训班次,同时开设初任培训班、四级联动培训班等其他重要培训班次。进一步加强与干部学院、社会主义学院、部门行业培训机构、国有

企业培训机构、干部教育培训高校基地等各培训机构的相互合作,打造形式多样、有机联系的“培训链”,对各级各类干部做到应训尽训、全覆盖。

2. 培训内容更加科学。一是突出理论教育。牢牢把握习近平新时代中国特色社会主义思想这一“主题主线”,坚持“教、研、咨、宣”和“好课程、好成绩、好声音”一体推进,持续完善“习近平新时代中国特色社会主义思想”“党的二十大精神”等相关教学专题40余讲。二是突出党性教育。按照中央党校“党性教育大纲”列出的13个方面的具体内容,发挥镇江红色资源优势,深入开展理想信念、党的宗旨、“四史”学习教育等,开设“音乐党课”“电影党课”“书信党课”等“实景”党性教育系列课程20余门,形成“党史寻源-信念铸魂-品德育人-党章固本-党纪守戒”的“党性教育+”课程体系。严格按照党性教育课程占比不低于总课时20%的要求,将党性教育贯穿学员学习全过程。三是加强履职能力培训。聚焦落实习近平总书记对江苏、镇江工作重要讲话重要指示精神,针对不同岗位干部职责需要和能力短板问题,分领域分专题开展培训,全面提升干部推动高质量发展本领、服务群众本领、防范化解风险本领。

3. 培训方式更加多样。一是“线下+线上”。实施干部网络培训提质增效工程,不断扩容丰富“党校云学”课程资源,积极加强媒体合作,以信息化赋能干部教育培训。加强“智慧校园”建设,依托线上系统实现对学员在校培训期间各项指标全流程量化考核。二是“课堂+现场”。整合镇江本土红色文化、优秀传统文化和经济社会发展优秀案例等典型资源,优化提升各类展馆、示范村、园区等教学点教学内容和方式。加大案例课程开发力度,推出现场教学配套微课程10节,打造具有镇江特色的现场教学样板课。三是“理论+实践”。依托问题式教学、研究式教学,实施“问题收集-专题教学-现场调研-调研成果”的教学闭环,进一步加强对学员理论联系实际、调查研究解决实际问题的能力。

4. 培训学制更加灵活。从党政领导干部、公职人员、国有企业事业单位领导人员、专业技术人员等不同类别干部学时

量化指标出发,突出定制化与灵活性。坚持长短相衔接,持续提升教育培训供给与岗位职责需求匹配度。针对中青年干部、年轻干部群体,探索中长期学制的弹性课堂,建立“课堂教学+现场教学+自主学习”“集中学习+自主学习+体验活动”的教学模式,在较长培训周期中实现认识、实践、再认识、再实践的过程。

5. 培训周期更加合理。以《干部教育培训工作条例》《全国干部教育培训规划(2023—2027年)》为基本遵循,按照中央、省统一部署,将五年作为一个培训周期,扎实开展基本培训,确保可感可知可检验。在重要会议、重要讲话、重要指示等关键节点,因形势变化和发展需求调整培训周期,及时增加培训班次,做到“刚性”与“弹性”相结合,推动培训常态化、长效化。

强化培训保障 确保基本培训提质增效

1. 聚力打造精品课程。依托党校联盟和市情研究中心平台,把教学与科研贯通起来,构建“党校+部门”“党校+高校”“教师+学员”联合研究模式。强化“课堂都是精品课”理念,开展青年骨干教师专题课程精品化打造工程,预计更新提升课程25门,更新率达25%。

2. 聚力培育过硬师资。结合教学科研和学科梯队建设需求,持续做好高层次人才引进工作,不断拓宽人才“蓄水池”。实施新入职教师“强基”、青年骨干“攀登”、高端人才“名师”精准培养,推动全市党校系统一体构筑“雁阵式”教学梯队。

3. 聚力抓紧从严治校。以“中央党校‘七不准’规范”出台为契机,出台“镇江市委党校教职工行为规范”,将师德师风建设和学员管理目标实施一体化。健全完善教学内审、组织员、跟班教师“三级跟班”模式,坚持科学调研、精准调研,真正抓出好质量、好风气、好队伍。

4. 聚力加强系统建设。牢固树立“一盘棋”思想,加强各方资源整合,加大共商共建、合作办班力度,促进优质资源效益最大化。认真落实基本培训要求,指导基层党校制定基本培训方案,支持帮助基础条件比较薄弱、办学有困难的县区党校,完成基本培训任务,实现镇江基本培训全覆盖。

习近平总书记强调,“让党的创新理论‘飞入寻常百姓家’”。实现这一要求,基层理论宣讲的作用不可或缺。

2021年起,京口区因势成立“京”彩“理”赞·基层理论宣讲团,创新培育“用‘理’开‘金’口”理论宣讲品牌,联合江苏大学常态化开展“校地联学共建·聚力融合发展”主题活动,推动习近平新时代中国特色社会主义思想“入脑、入心、入行”。2023—2024年度基层党员冬训期间,京口争取设立南京大学研究生基层理论宣讲实践基地(全国仅三家)、“结对认亲”南京大学博士生讲师团“常来常往”开展“博大”“京”“深”理论宣讲活动,“牵线搭桥”新疆生产建设兵团第四师可克达拉市金山实验学校开展“‘宁’‘新’聚力·以文润疆”系列云宣讲活动,在社会上引起诸多关注和广泛好评。

一是用心谋划,求精求特。用心,贵在“勤于动脑、好谋而成”。(1)用“真心”捕合作新机遇。今年寒假,京口优秀学子、南京大学博士生讲师团讲师万泳沂回镇开展基层理论宣讲志愿服务活动,京口区委宣传部、四牌楼街道党工委分管负责同志用心抓住这次“双向奔赴”的契机,主动沟通交流,恳请“牵线搭桥”南京大学博士生讲师团、校地联合开展年度基层党员冬训工作。(2)用“匠心”谋联学新主题。京口党员干部勤学、善学、向学,南京大学博士生讲师团政治强、视野广、功底深,这是一次各展所长的“强强联合”。在反复讨论后,我们将“博大”“京”“深”确定为此次校地联学共建主题,秉持“加强协作、优势互补、资源共享、共谋发展”理念,发挥南京大学博士生讲师团“大学府、大讲师、大理论”的优势,放大京口区“京”彩“理”赞·基层理论宣讲团“用‘理’开‘金’口”的品牌效应,以更接地气的方式深入基层宣讲,以更有活力的方式深入人心宣讲,以更有温度的方式深入实践宣讲,共同推动深化党的创新理论在基层传播。(3)用“诚心”争共建新支持。主题确定后,我们先后于大年三十、正月初三和初八进一步细化联学共建方案;3月6日,在京口区赴南京大学开展冬训集训暨现场教学期间,确定在京口区设立南京大学研究生理论宣讲实践基地,“结对认亲”开展“博大”“京”“深”理论宣讲活动;在中央党校脱产培训的京口区委书记贾敬远专门作出批示,表示全力支持。正是“诚心”的推动,南京大学、镇江市委统战部、京口区委统战部的高度重视,帮助我们把握方向、明确目标、争取支持,各项准备工作得以紧锣密鼓推进。

二是用力推进、重细重实。用力,当属“一分部署、九分落实”。(1)用“巧力”排好参观点位。我们按照既接天线、又接地气,既有发展最前沿、又有百姓家门口的思路,组织南京大学博士生讲师团成员代表实地走访调研了由党的二十大代表、时代楷模、社区居民赵亚夫领衔的四牌楼街道北固山社区“亚夫课堂”,聚焦数字经济产业发展

的大禹山创新社区智汇科技中心,全国先进基层党组织、全国最美志愿服务社区正东路街道京口路社区,让他们从一名“京”“口”人的角度出发,用理论宣讲为高质量发展蓄势赋能。(2)用“合力”建好实践基地。在京口区设立的南京大学研究生理论宣讲实践基地为全国第三家,具有一定的示范性、典型性、先进性,校地双方反复沟通协商,明确把“打基础、利长远、出实招、重质效”一贯到底,充分发挥南京大学研究生在传播党的理论、宣传先进典型、引领社会风气中的优势作用,定期组织成员深入街道社区、辖区单位,线上线下开展理论宣讲、实践调研、参观考察、党支部共建等实践活动。(3)用“实力”办好共建活动。现场活动中,我们既有基地揭牌、签订协议等常规动作,还有南京大学博士生讲师团、京口区“京”彩“理”赞·基层理论宣讲团现场“结对认亲”,联合发布倡议;更有同台“PK”开展跨越时空、跨越区域的理论宣讲,特别是京口区援疆教师、第四师可克达拉市金山实验学校副校长蒋礼明和同学们现场连线宣讲时庄严宣誓“牢记嘱托心向党,感恩奋进永向前”,现场近200名听众报以长时间热烈的掌声。

三是用情钻研、增色增效。用情,讲究“情之所寄,方为长久”。(1)用“激情”谱新闻三部曲。我们注重合力造声势,提升影响力,省、市、区媒体第一时间连发三篇新闻:《结对“认亲”同宣讲 联学共建促发展 南京大学博士生讲师团来京口啦》《“跨越”宣讲也“京”彩——京口区基层党员冬训暨“博大”“京”“深”理论宣讲侧记》《新时代“理论活水”润少年“思想沃土” 一次“两地连心”的书信往来》,充分彰显了我们的愿景、创新的举措和坚定的步伐。(2)用“感情”搭宣讲两地桥。南京大学博士生讲师团和京口区“京”彩“理”赞·基层理论宣讲团在内地和边疆架设党的创新理论的“宣讲桥梁”,牵线南京大学哲学系青少年国学启蒙班、新疆可克达拉市金山实验学校联合开展“‘宁’‘新’聚力·以文润疆”系列云宣讲活动。(3)用“深情”奏活动主旋律。作为此次活动的发起者之一,万泳沂同学还撰写了《巧用“三原色”,“博大”“京”“深”理论宣讲实践基地助推京口高质量发展》理论文章,系统阐释此次“博大”“京”“深”理论宣讲活动,使理论宣讲更接地气、更富活力、更有温度,让校地合作更为深入、更加紧密、更具特色。

以思想伟力激发奋进动能,让理论强音响彻京口大地。当前,京口区正以南京大学研究生理论宣讲实践基地设立暨“博大”“京”“深”理论宣讲活动开展为契机,线上线下开展形式多样“接地气、聚人气、冒热气、有生气”的基层理论宣讲活动,校地联合“把透彻的理论讲透彻,把鲜活的故事讲鲜活,把有意义的事情讲得有意思”,让新时代党的创新理论在京口大地“活”起来、“动”起来、“传”开来,为新征程上谱写“强富美高”新江苏现代化建设新篇章注入澎湃新动能。

从京口区“博大”“京”“深”理论宣讲活动谈起

京口区委宣传部 巫长龙

以“三用”抓好基层理论宣讲工作

平均年龄超百岁的中华老字号,何以新潮

近日,2024年中国品牌日系列活动在多地举行。“中国品牌,世界共享;国货潮牌,品质未来”——今年中国品牌日的主题,在众多老字号身上得以诠释。循着年轻人喜欢的Citywalk路线,记者来到了有700多年历史的北京东四大街。在这条新韵焕发的老街上,吴裕泰、张一元、稻香村……一个个老字号成为年轻人新的打卡地。

吴裕泰总店门口,两位姑娘在窗口买了茶香冰激凌后合影留念。店员说:“一天至少能卖1000多个,冬天也有人排队。”我国现有中华老字号1455家,平均年龄约140岁,涵盖32个行业。据业内人士统计,以“95后”为代表的新一代消费群体,仅平均知道19个老字号品牌,1980年到1994年之间出生的人平均知道29个,“60后”“70后”平均知道41个。

历史悠久的老字号,曾经也是一个时代的新潮。时光流转,背上“老”字号的它们,如何在今天走向新的潮流?时代更迭,创新不停歇。抓住年轻人,才能抓住下一个时代。

在物质丰盛的今天,消费者购买老字号产品不再仅仅是满足日常生活所需,更是个性化生活方式的表达,也是文化自信的外化。

面对新的技术、新的受众、新的需求,老字号需要不断自我革新,顺势而为,通过跨界合作、研发新品、科技创新、多元营销等方式破圈突围。潮流辗转,文脉在绵延。在北京吃全聚德,在南京逛夫子庙,在绍兴住咸亨酒店……很多人喜欢通过老字号了解一个城市、一段历史、一种文化。

俗话说:“一年企业靠运气,十年企业靠经营,百年企业靠文化”。老字号植根于中华优秀传统文化的品牌理念、独门绝技、乡愁记忆,是现代社会的稀缺资源,更是老字号创新发展的源头活水。

如今,不少老字号企业正着力打造博物馆、非遗体验馆,培养年轻传承人。只有更好地活化传统文化资源,创新表达传统美学,让传统技艺为现代生活所用,才能使老字号真正“活”起来、“潮”起来。大浪淘沙,品质见真金。

当热情消退,“打卡”与“情怀”并不能从根本上解决老字号等国货品牌的困境,唯有过硬的产品与用心的服务才能赢得市场的长久认可。从国际上看,“百年老店”是品质的保证、实力的象征,入选世界500强的德国企业中,有一半发展历史超过百年。一个品牌,不仅代表一个企业,也是国家形象与文化软实力的重要组成,蕴含着时代发展的密码。唯有紧跟时代节奏,守正创新发展,坚守信誉和品质,不断满足百姓消费新需求,“百年老店”才能真正擦亮“金字招牌”,在历史长河中生生不息。

新华社北京5月13日电

5月13日,一名工作人员在中华老字号“新宝堂”展位直播带货。正在上海举办的中国品牌博览会上,来自全国各地的优质老字号品牌企业齐聚一堂,通过现场展销、试吃品尝、直播带货等形式,展示优质产品。

新华社发

平均“年龄”约140岁!

中华老字号历久弥新

什么样的品牌,能称得上中华老字号?入选者能“老”“永逸”吗?“百年老店”历久弥新的秘诀是什么?

北京同仁堂、天津狗不理、上海光明……随着2024年中国品牌日活动的举办,大家耳熟能详的老字号品牌再次唤起人们的独特记忆。

目前,我国已有中华老字号1455家,平均“年龄”约140岁。从琴棋书画到柴米油盐,翻开中华老字号名录,全聚德、同仁堂、老凤祥……一个个熟悉的“名字”映入眼帘。这些与人们生活息息相关的品牌,已经成为中华文化的闪亮名片。

到底多少“老”的品牌称得上中华老字号?2006年和2011年,商务部先后认定了两批共1128家中华老字号,其中有701家中华老字号创立至今超过100年,历史悠久的便宜坊到今天已经走过了600多年岁月。

去年,商务部会同多部门联合印发《中华老字号示范创建管理办法》,结合企业一般存续周期在20至30年、超过50年就称得上“长寿”的发展规

律,将中华老字号门槛调整为品牌创立时间在50年(含)以上。

今年2月,商务部等部门对外公布了第三批中华老字号名单,382个品牌成功“晋升”为中华老字号。

当然,仅靠资历“老”是不够的,还要拥有世代传承的独特产品、技艺和服务,鲜明的中华优秀传统文化特色和深厚的历史文化底蕴,以及广泛的社会认同和良好的品牌信誉,经得起市场的检验。

为确保老字号“金字招牌”的成色,我国推出了“有进有出”的动态管理机制。去年年底,北京华天、天津稻香村、重庆冠生园等55个品牌没有通过中华老字号复核,被移出中华老字号名录。73个经营不佳、业绩下滑的品牌,被要求6个月予以整改。

巩固“老”的传统优势,坚守匠心工艺,筑牢品质之基——中国书店,诞生于上世纪50年代,不久前入选第三批中华老字号。其代代相传的古籍修复技艺,被列入国家级非物质文化遗产。青砖黛瓦、雕梁画栋,地处北京琉璃厂古文化街的中国书店旗舰店,古色古香的风韵和其旧书的定位相得益彰。店内,几位工作人员正在忙着修复古籍。一碗糨糊、一支毛笔、一把镊子、一把剪刀、一把尺子、一个喷壶……凭着看似简单的工具,他们将残缺的古籍“化腐朽为神奇”。

“古籍修复技艺是我们的‘看家本领’。半个多世纪以来,这里先后有五代古籍修复传承人,为博物馆、图书馆、文物保护单位以及个人修复了数以万计的古籍。”中国书店总经理助理刘易臣说。

内联千层底布鞋制作技艺、吴裕泰茉莉花茶制作技艺、杨柳青木版年画技艺……不少耳熟能详的中华老字号都拥有非遗代表性项目。正是这些世代相传的传统技艺、工匠精神和诚信理念,成为老字号企业历经沧桑而生生不息的“传家宝”。

拥抱“新”潮流,在创新中更好满足群众品质化、多样化的消费需求——位于北京前门的“全聚德·中轴食礼”体验店,新中式下午茶受到不少年轻人的喜爱。小巧精致的点心错落

有致地摆放在古朴精致的木匣子里,既有甜品制成的北京烤鸭、微缩版的门钉肉饼,也有驴打滚、艾窝窝等经典京味小吃。

京味美食碰撞国潮文化,品牌形象焕新。

“顺应消费习惯的变化,我们加快推进老字号焕新升级,打造‘产品+服务+场景’的组合模式,将餐饮与文化、科技、艺术相结合,今年一季度喜迎经营开门红。”全聚德集团总经理周延龙说。

推出联名款商品、开设非遗体验馆、试水电商、直播带货……在政策支持和市场需求双重推动下,越来越多的老字号加快求新求变步伐,通过品牌形象的迭代,不断拉近与年轻消费者的距离,创新技术与管理,优化产品与服务,从传统走向现代,从历史走向未来。

传承不守旧,创新不忘本。今天,我国中华老字号已覆盖32个行业,六成以上分布在食品、餐饮、零售等领域。未来,期待有更多“百年老店”向世界展现中华老字号的独特魅力。

新华社北京5月11日电