

加强党的政治建设的内在逻辑

聂菲



党的二十届三中全会要求,提高党对进一步全面深化改革、推进中国式现代化的领导水平。在进一步全面深化改革的新阶段,深刻理解和把握领导社会主义革命的历史逻辑、实践逻辑,对于抓好改革落实,推进中国式现代化,实现中华民族伟大复兴具有重要意义。

加强党的政治建设的理论逻辑

党的政治建设的理论逻辑是在马克思主义政党加强自身建设和担负领导社会主义革命的历史使命中形成的。党的十八大以来,习近平总书记围绕党的政治建设作出一系列重要论述和重要指示,强调党的政治建设是“党的根本性建设”,必须要“以党的政治建设为统领”“把党的政治建设摆在首位”。加强党的政治建设是马克思主义重要理论观点,政党作为一定阶级和阶级利益的代表,其进行政治活动的出发点和落脚点是维护和实现所代表阶级的根本利益。无产阶级政党的阶级性与人民性相统一,无产阶级政党是为人民群众的幸福生活而奋斗,完成这一重大的历史使命需要高度的政治自觉。

马克思和恩格斯在总结巴黎公社的经验教训时,认为无产阶级在夺取政权建立人民的政府后,由于内部没有形成统一的权威,致使组织涣散,最终导致革命的失败。对于政党来说,政治性是政党的第一属性,缺少明确的政治方向、政治路线和政治原则,政治活动难以有效开展。列宁领

导俄国布尔什维克党进行苏维埃政权建设中,吸收和发展了巴黎公社的经验,突出强调党的政治建设的重要性,认为政党必须有明确的政治纲领,并且要确保始终沿着正确的路线前进。

马克思主义政党的政治建设理论,揭示了政治建设对于政党建设的重要意义。政党是由先进的思想、科学的理论、共同的利益凝聚起来的,必须通过明确的意志表达和规范实现其政治愿景,只有始终坚持马克思主义政党建设理论,才能确保共产主义事业的实现。

加强党的政治建设的历史逻辑

党的政治建设的历史逻辑是在中国共产党领导中国人民进行社会主义革命的历史实践中形成的。中国共产党一直都非常重视党的政治建设,在领导中国人民进行革命、建设、改革的伟大实践中,通过加强和推进党的政治建设确保党的全面领导,确保党和国家各项事业的顺利完成。在不同的历史时期,党对政治建设进行了深入探索,不断完善党的政治建设的原则、制度、能力,提高党的政治建设的质量。

新民主主义革命时期和社会主义建设初期,毛泽东同志非常重视党的思想、政治和组织建设。中国共产党之所以能够担负其历史的重任,关键在于其理论过硬、政治过硬、组织过硬、作风过硬。改革开放之后,面对经济社会的巨大变革,中国共产党坚持正确的政治方向,探索中国特色社会主义道路。必须时刻保持政治上的清醒,旗帜鲜明讲

政治,坚定立场和原则。进入新时代之后,面对复杂严峻的外部环境和亟待改革转型的内部矛盾,以习近平同志为核心的党中央以高度的政治敏锐性,强调党的政治建设的极端重要性,以政治建设为统领,扎实推进党的各项建设。

“当前和今后一个时期是以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业的关键时期”,更要进一步加强党的政治建设,统一思想、统一意志、统一行动,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,加强党的自我革命,着力解决党内存在的形式主义、官僚主义、贪污腐败等问题,提高党的先进性、纯洁性,增强党的凝聚力和战斗力,为党和国家各项事业胜利实现提供坚实的政治保障。

加强党的政治建设的实践逻辑

党的政治建设的实践逻辑是在不断实现人民对美好生活的向往中形成的。马克思主义政党的政治建设理论是实践的产物,也是对实践的超越。长期以来,中国共产党致力于破解历史周期率和大党独有难题,从几十个人的小党发展到9000多万人的大党。中国共产党通过实践探索走出了一条适合自己的建设路径,通过自我革命,始终保持党的先进性和纯洁性,始终为人民所拥护。

党的政治建设的实践始终践行以人民为中心,人民的呼声、人民的愿望是中国共产党奋斗的根本动力。人民立场是党的政治建设的根本立场,任何偏离这一立场

的行为都是不被允许的。党的政治建设的实践就是在满足人民对美好生活的向往,在为人民创造幸福而奋斗。在新的历史时期,中国共产党必须始终坚持党的政治建设,深入贯彻以人民为中心的理念,以更强的责任担当完成新的历史使命。

党的政治建设的实践要在斗争中走向深入。当前国际形势日益紧张,西方国家进一步加紧对我国意识形态领域的渗透,妄图干预我国内政,采取各种手段试图遏制和打压中国的发展,这些险恶意图需要我们时刻保持警醒,与其进行坚决的斗争。我们必须始终坚持党的集中统一领导,维持国家安全稳定,营造积极的政治环境。与此同时,受外部环境影响,国家内部发展也面临着多重压力和考验。这既需要我们稳步推进改革,又要不断提升治理能力和水平,有效应对各种风险挑战,确保我们各项目标任务按期完成。

最后,在百年未有之大变局且大变局加速演进的历史背景下,在必须回答世界之问、时代之问、历史之问的考验面前,在实现第二个百年奋斗目标的征程上,我们必须进一步加强党的政治建设,用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑,认真贯彻执行党的路线方针政策,落实好党的二十届三中全会各项任务,凝心聚力,推动党和国家事业发展。

(作者单位:中共郑州市委党校)

以高质量党建筑牢城市高档社区治理阵地

刘媛媛

近年来,随着城市化进程的加速,越来越多的高档社区成为城市基层治理的关注点。客观认识城市高档社区党建引领基层治理中的盲点、难点和薄弱环节,探索高档社区治理路径,是加强党建引领城市基层治理的必经之路。

所谓高档小区,是指以品牌楼盘、精装房、大平层、纯别墅等为主,居住人员普遍属于“三高”(高学历、高收入、高社会地位)人群的小区。辖区内高档商品房小区户数占居民总户数50%以上,即可界定为高档社区。纵观这类社区,普遍存在以下4类问题:一是社区普遍“区而不社”,“高冷范”十足。二是社区服务“供而不需”,“想当然”关爱。三是党建工作“浮而不实”,“独角戏”思维。四是治理抓手“泛而不立”,“着力点”错位。高档社区存在的上述一系列治理盲点,使得传统的城市社区治理路径在高档社区显得“力不从心”,一系列治理困境相继浮出水面。

以高质量党建筑牢城市高档社区治理阵地要做到“三立”。

(一)立人:蓄力、借力、聚力

1.组织蓄力提升“话语权”。确保高档小区业委会中党员要有一定比例。社区党组织向业委会选派执行秘书,协助做好业委会日常工作,提供专业帮助,提高业委会决策能力。同时,将社区物业公司中党员比例作为物业星级评定的固定指标。

2.专业借力增强“驱动力”。社区党组织要调动社区各类专业人才的积极性,以活动为契机,促成其成为“治理达人”,增强他们的身份认同感。充分挖掘高档社区内全职妈妈、退休老人的巨大潜力,通过摸底调研,围绕社区内可利用人力资源开展各类平台活动。

3.平台聚力打造“微智囊”。在街道一级建立高档小区物业企业联合会和业委会联谊会,定期组织专业培训,形成“问题共议、瓶颈共破、经验共享”的良好治理氛围。通过长期实践和共同探讨,直面高档社区治理新问题。

(二)立事:靶向精准,系统发力

1.摸清家底——绘制高档社区治理图谱

通过社区类型特征、问题与需

求清单、资源清单及治理对策清单,从社区自然、空间、组织、文化、政策等几个维度深入挖掘社区资源,绘制社区资源图谱,划定核心资源。形成一张高档社区资源图,凸显核心资源,描述问题困境,共寻解决方法。

2.定向聚焦——锁定重点人群重点诉求

根据社区资源图谱,聚焦“特殊群体”重点诉求,做优社区服务。对社区独居老人,重点帮扶老人进行建档注册,定期开展上门服务,做好高档社区重点老人“优陪”工作。同时挖掘本社区人力资源,定期举办暑期少儿夏令营活动,努力为业主解决“老人看护”“儿童照护”的问题。

3.过程管理——打造全周期活动链条

围绕资源图谱,系统打造高档社区全周期特色活动链条,做到一社区一主题,一主题一系列。社区活动体现主题特色,形成长期规划,打造全周期管理的活动样态。从策划、准备、场景打造,活动开展到自媒体宣传等全过程充分体现交互性。通过主题特色鲜明的链条式管理和全过

程交互分享,打造“没有围墙的社区”。

4.专业打磨——培育高档社区治理沙龙

链接高校专业课题团队,举办高档社区治理沙龙,邀请课题组成员与高档社区结对,共同探讨在运用资源完成工作任务、激发居民参与、回应社区需求的过程中,寻找社区凸显的优势与劣势、机遇与挑战、策略与路径。

(三)立制:连点成线、线上找点、系统规划

首先,连点成线。在全市层面系统梳理总结高档社区治理路径,编制《高档社区治理实操指导手册》。其次,线上找点。在全市范围内开展高档社区治理典型案例评比活动,编制《高档社区治理典型案例库》,带动一批高档社区实现规范化治理。最后,系统布局。编制《党建引领高档社区治理三年规划》,按照一年一目标分期分批完成全市高档社区实现党建引领社区规范化治理的总体目标,为探索城市基层治理作出贡献。

(作者系中共武汉市委党校讲师)

在全球化与可持续发展背景下,环境问题已成为各国经济与社会发展无法回避的重要议题。企业作为资源的主要使用者和治理的重要参与方,需摒弃对经济效益的单一追求,承担起生态保护与推动社会可持续发展的责任。绿色营销与绿色供应链管理正逐步融入企业经营战略体系,是实现可持续发展目标的有效路径。绿色营销通过推广环保理念并提供符合生态需求的产品,可引导消费者增强环境保护意识,主动参与到实践中。绿色供应链管理则着眼于供应链全生命周期,旨在通过优化资源利用、提高能源效率和减少废弃物排放,推动资源节约和环境友好型运作模式的形成。两者的有机结合,能促进企业内外价值链的高效联动,在企业与消费者间构建起更具互动性的生态协作关系,为经济效益与环境效益的共同提升注入新的动力。本文将围绕技术创新、管理体系优化与消费市场驱动三个方向,系统探讨绿色营销与绿色供应链管理协同发展的策略,以期对可持续商业模式的构建提供理论支持与实践参考。

一、推动绿色生产技术的研发与应用,支持绿色营销和供应链的全面绿色化

在推动绿色营销与绿色供应链管理协同发展过程中,必须重视对绿色生产技术的研发与应用。企业需优先构建内部研发体系,集中资源开发能有效降低生产过程中环境负担的技术,同时积极联手科研机构 and 高校,建立联合创新平台,助力提升研发效率和成果转化效率。技术方向的选择应覆盖从原材料到成品全流程。例如,在原材料环节,探索可再生或循环利用材料的替代技术,减少对不可降解物质的依赖;在生产环节,开发高效节能的设备和优化工艺流程技术,推广清洁能源的使用,将太阳能、风能或生物能源集成到现有生产体系中。同时,企业需建立绿色技术评估与管理机制,通过数据分析工具量化新技术在资源利用率、生产稳定性,以及环保成效等方面的表现,为技术实施和推广提供科学支持。在绿色营销领域,技术创新是塑造企业形象的关键要素。企业可通过可视化数据,真实案例或叙事化表达方式,展示绿色生产技术在实践中的应用成果,强化消费者对绿色品牌的认同感。例如,将技术创新融入产品宣传,以生产透明化形式,直观传递绿色理念,增强市场吸引力。在供应链管理方面,绿色技术的推广宜采取协同方式。基于技术共享、技术输出或联合生产改造,企业可携手供应链上下游共同推动绿色生产改造,全面提升供应链绿色水平。

二、建立绿色供应链管理标准以规范各环节的环境友好实践

在推动绿色营销与绿色供应链管理协同发展的过程中,绿色供应链管理标准的制定与实施是提升操作规范化与流程一致性的重要路径。以供应链全生命周期为依托,绿色标准需覆盖原材料采购、生产制造、物流运输、产品交付及废弃物回收等核心环节,形成贯穿始终的环境绩效约束体系。首先,绿色标准的制定应以科学性与可操作性为基准,通过专业的环境评估机构对供应链各环节实施全面审计,涵盖碳排放、资源利用效率和污染物排放等指标。根据评估结果,各环节的环境绩效目标应被细化为可量化的执行标准。例如,在原材料采购中,供应商需提供经过环保认证的证明材料,优先选择本地化资源,以减少长距离运输带来的碳排放;在生产制造过程中,企业需设置能耗、水耗及污染排放的具体上限,推动绿色设备的引入与废弃物资源化利用;在物流环节,低碳运输标准需通过优化路线规划,减少空载率,以及使用新能源配送工具等措施实现绿色物流有效落地。为提升绿色标准的执行力,还需建立跨部门管理机制,如设立绿色供应链管理委员会,协调内部资源以保障标准的全方位实施。监督与考核机制同样不可或缺,

应定期引入第三方认证机构开展审核,全面评估企业及其供应链合作伙伴的标准实施情况。根据审核结果,企业可对合作伙伴实施分级管理,逐步淘汰不符合标准的供应商与物流服务提供方,从而形成良性竞争与优胜劣汰的生态。此外,信息化手段是提升标准透明度与可追溯性的有效工具。企业应开发绿色供应链管理云平台,用于实时监控各环节的环境绩效指标,为标准优化与流程改进提供依据。例如,平台可汇集碳排放与资源利用率数据,帮助企业动态调整绿色标准,提升管理效率。在行业层面,推动绿色供应链标准的统一化与构建合作机制至关重要。企业应积极参与行业联盟或标准化委员会,共同制定适用于行业的绿色规范,减少因标准差异造成的协作障碍与技术成本。行业间的统一标准既能强化绿色实践的普及性,又能推动全行业供应链生态的绿色化进程。

三、加强绿色消费意识的培养以驱动市场对绿色产品的需求和营销策略转型

在推动绿色营销与绿色供应链管理的协同发展中,培养绿色消费意识是塑造可持续市场需求的关键环节。企业、政府和社会要多方联动,从理念传播到行为引导层层推进。企业应组织绿色营销活动,将绿色理念深入传递给消费者,同时展示自身在供应链管理中的环保实践行动。例如,在广告宣传中,聚焦绿色供应链的透明性,直观展示生产、运输和设计环节如何遵循环保原则。此外,企业还可开展消费者参与度高的活动,如绿色产品体验会或工厂参观等,让消费者直观感知绿色实践如何嵌入产品制造的各个环节,从而拉近绿色理念与日常消费行为间的距离。借助数字化工具,企业还可开发绿色消费追踪平台,实时向消费者展示绿色产品在供应链各环节的碳排放减少情况或资源节约数据,从而提升消费者的环保意识,激发其对绿色消费的长期兴趣。政府则应通过政策干预和法规制定,为绿色消费文化的推广提供制度保障。例如,要求企业在产品标签上清晰标注与绿色供应链相关的关键信息,包括原材料来源、生产环节能耗及碳排放情况,让消费者在购买时直观地认识到其选择对环境的影响。

结语

绿色营销与绿色供应链管理的协同发展已成为企业在激烈竞争中抢占未来市场的重要战略方向,同时也是推动全球经济向可持续发展迈进的必要路径。在技术层面,绿色生产技术的研发与广泛应用为企业生态化转型提供了强大驱动力;在管理层面,绿色供应链标准化建设为全流程环境管理设定了清晰的框架与规范;在市场层面,绿色消费意识的崛起持续推动了绿色产品的普及与营销策略的深化。技术、管理与市场的协同作用,将促成绿色营销与供应链管理的深度融合,构建以资源高效利用与环境友好为核心特征的现代商业生态体系。

(作者系宁波职业技术学院讲师)

蚌埠余家皮影戏影偶造型的国潮设计模式与文创产品发展策略

李牧醒

蚌埠余家皮影戏作为安徽省省级非物质文化遗产之一,时至今日依然绽放着耀眼的光彩,彰显着中华传统艺术文化的底蕴与魅力。但当前,在“国潮风”的熏陶下,余家皮影戏应主动融合现代文创设计理念,推动余家皮影戏影偶与现代文创产品设计巧妙融合,使余家皮影戏的内涵更加丰富,吸引更多人参与到传承、弘扬皮影戏文化的行动中来,助力我国文化强国的实现。

一、蚌埠余家皮影戏影偶造型的艺术特点

1.造型特点
影偶是皮影戏艺术的关键所在。为了迎合平面舞台的特殊需求,影偶雕刻师通常会采用侧向的构图策略,从头到脚,将影偶的侧面形态呈现给观众。同时,余家皮影戏影偶的雕刻师沿用了传统的五分面容塑造法,只有针对特殊的反派角色时,才会采用双眼分明的七分面容设计。这样的设计是为了能够让观众看到人物更多的表情变化,凸显人物性格,增强皮影戏的感染力。

2.艺术风格
蚌埠余家皮影戏的影偶艺术风格独特,不仅依赖于雕刻师精湛的技艺,也

源于其将蚌埠地域文化和民俗风情有效融入其中。首先,在影偶设计上,雕刻师力求逼真,无论是人物的面部轮廓、衣服褶皱还是动物的毛发、形态等,都刻画得栩栩如生。其次,余家皮影戏影偶在设计时皆以明艳的红、黄、蓝、绿等为主,在幕布的映照上能够给观众带来强烈的视觉冲击,突出舞台表演效果。最后,在线条构图上,余家皮影戏影偶的线条设计流畅自然,既符合人物形象的基本特征,又融入了雕刻师独特的审美趣味,受到了群众的喜爱。

3.表演技巧

余家皮影戏的表现技巧融合了戏曲、舞蹈、音乐等多种元素,形成了独特的表演风格。艺人们在表演时,可以通过控制影偶的关节和头部,使影偶做出各种动作,再配合铿锵有力的地方戏曲,将观众快速引入到故事情境中来。余家皮影戏的故事多取材于历史故事、神话传说和民间故事等,艺人们通过巧妙的创作和编排,将内容丰富、情节生动的故事展现出来,为人们呈现出美妙的视听体验。

二、蚌埠余家皮影戏影偶造型的国潮设计模式探究

将余家皮影戏影偶造型与国潮设计

巧妙融合,设计师可遵循以下设计思路:

1.提取文化元素

余家皮影戏中具有丰富的传统文化元素,如历史故事、经典人物、神话传说等,设计师可以深入挖掘其中的文化元素,并在其中融入现代艺术理念进行再创作,如此能够使其中的传统文化元素焕发新的生机。设计师可以提取影偶中的独特色彩、图案、纹饰等,并将其与现代国潮文创产品进行融合,赋予产品新的魅力。另外,除静态的艺术设计之外,设计师还可以借鉴皮影戏的艺术表演风格,如影偶的动作、在幕布下的光影效果等,开发数字国潮文创产品,满足消费者的多元化需求。

2.传统工艺的创新

余家皮影戏影偶的制作,有许多精湛的传统工艺值得借鉴,如影偶的雕刻、上色、组装等。因此,设计师可将传统工艺与现代文创产品设计相结合,进一步提高文创产品的耐用性和可操作性。可利用现代轻质金属或者高强度塑料代替原来的牛皮、竹条,延长影偶的保存时间,提高其耐用性。在上色环节,可以灵活结合传统手工上色技术和现代数字喷绘技术,使影偶的色彩更加

持久、细腻。

3.迎合市场审美

在将余家皮影戏影偶与国潮设计相融合的过程中,设计师还需要密切关注市场的需求变化,主动根据当前年轻受众群体的个性化、动态化、差异化的审美特点,推出更多能够彰显个性风格的国潮文创产品;或者可以紧跟当下的社会热点、新闻话题进行创作,并通过线上线下相结合的方式拓展销售渠道,不断扩大文创产品的影响力和市场份额。

三、蚌埠余家皮影戏文创产品的发展策略

余家皮影戏的文创产品设计,文化是其核心。通过深入挖掘余家皮影戏的文化内涵,结合现代审美,可以打造出既具有传统文化又满足现代生活需求的文创产品。

1.文创产品的创新设计

余家皮影戏影偶的造型丰富多样,每个影偶角色都有其独特的服饰、面具和动作设计。因此,在文创产品设计中,设计师首先要挖掘影偶造型的文化特色,将其进行提炼和重构,再结合广大消费者的需求进行设计。可以将皮影经典人物造型转化为Q版公仔、钥匙

扣、书签等小饰品,这样既保留了余家皮影戏的艺术特色,又增添了趣味性。也可以将其与现代工艺品相结合,如帆布包、抱枕、手机壳等,提升皮影戏的影响力。另外,设计师还可以结合蚌埠当地的特色文化,与其他非遗合作,为雪园小吃部、梨膏糖等设计出一系列的包装及容器等,让消费者深入感受蚌埠文化的魅力。

2.文创产品的营销与推广

在余家皮影戏的文化产品营销策划中,设计师要以余家皮影戏的历史文化内涵为切入点,推动余家皮影戏的广泛传播,以打造特色文创产品品牌,并不断提升品牌的知名度和影响力。一方面,要充分利用新媒体渠道,结合不同新媒体的信息传播特点,制定不同的传播策略,从而打造新媒体传播矩阵,将余家皮影戏文化以生动、立体的形式传播给更广泛的群体。另一方面,在各类实体产品的营销推广中,要注重构建线上线下双渠道。这不仅要通过多元化的电商网络平台发布产品信息,还要主动与不同地区的线下商场、文化街区等深入合作,设立体验专柜,不断增强消费者的文化体

验以及品牌吸引力。与此同时,在推广方面,余家皮影戏可主动结合地域特色文化和传统节日,邀请皮影戏传承人开展丰富多样的艺术表演活动,推出限量版文创产品,从而让更多游客和消费者能够亲身体验余家皮影戏的文化魅力,提升余家皮影戏的文化影响力。

四、总结

综上所述,蚌埠余家皮影戏作为我国传统艺术文化瑰宝之一,传承人和设计师应该紧跟“国潮”,深挖余家皮影戏的文化内涵,探索余家皮影戏影偶造型的国潮设计模式,使其能够与现代文化创意产品设计相结合,推动余家皮影戏的创新发展,进而展现出我国非遗文化的独特光彩。

(作者系蚌埠艺术设计学院讲师;本文系安徽省高等学校人文社会科学项目“国潮传播语境下蚌埠余家皮影戏影偶造型的传承与文化创意产业研究”,编号:SK2021A0720;2022年国家级大学生创新创业训练计划项目创新训练项目“基于蚌埠余家皮影戏的国潮文创产品设计研究”,编号:20221135059)