



齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 魏新丽

# 追风逐浪 敢拼会赢

## “全国晚报社长总编看特区”活动走进厦门思明

厦门经济特区已设立40周年。40年前的1980年10月,国务院批准设立厦门经济特区,大厦之门翻开了发展新篇章。

40年来,一代又一代厦门特区人,乘着改革开放的春风,在诸多领域探索了一系列具有开创意义的改革创新举措。在国企改革、开放市场、投融资体制、社会治理等领域创造了多个“全国第一”。

40载岁月峥嵘,40年扬帆奋进。曾经硝烟弥漫的海防前线,如今已发展成为一座高素质的创新创业之城、高颜值的生态花园之城。

波澜壮阔四十载,中心城区思明蝶变腾飞。思明,用不到全市5%的土地,创造出超过全市30%的GDP。今年上半年,思明财政总收入达157.7亿元,稳居福建省各县(区)第一;GDP达930.亿元,首次跃居全省各县(区)第二。日前,2020中国城区高质量发展水平百强名单出炉,思明区连续三年上榜,排名从第33位,第28位,逐年跃升到第24位。乘风破浪,思明区在全方位推动高质量发展超越中领航飞翔。

10月24日上午,“全国晚报社长总编看特区”活动正式开启,来自全国的120多家媒体将镜头对准了厦门中心城区思明区。通过实地采访思明区的深田社区图强小区、鼓浪屿、沙坡尾、观音山等地,从经济发展、社区治理、传承保护等多角度,感受厦门高素质高颜值现代化国际化城市的建设成就,感受厦门经济特区40年的巨大变化和发展成就。

### “近邻”文化

思明区委书记廖华生介绍了深田社区图强小区的今与昔,以及思明区在“近邻”党建模式下推动基层治理的成效。120多家媒体与会者参观了“深田图强”展厅(文史馆)和政治生活馆,并观看了短片《近邻》。

深田社区位于厦门岛西南部,地处思明区繁华老城区中心,因清乾隆年间二十四景之一“白鹤下田”而得名,历史文化名村“百家村”坐落于此,是厦门历史文化发展的一处“活标本”。人居环境优越,人文底蕴丰厚。中共(闽中)厦门工委机关,中共城工部漳泉厦临时工委,第一届中共厦门市委机关先后在此办公,鲜红的旗帜随历史融入社区热土,沉淀为引领社区建设发展的红色基因。

“深田图强”展厅展示深田独特的历史文化与发展变迁。政治生活馆一方面秉承习近平总书记曾在社区居住生活留下的宝贵精神财富,发扬“远亲不如近邻”的社区文化,另一方面让党员有个开展组织生活的阵地,围绕“坚决维护核心,践行初心使命”主题,加强党性锤炼,筑牢忠诚本色。

1985年至1988年,习近平总书记在厦门工作期间居住在深田社区的图强小区,留下了许多宝贵精神财富,他当年倡导的“远亲不如近



来自全国晚报的媒体工作者参观沙坡尾活态展示馆。



深入了解厦门日报第20届读者节。



大家全面了解深田社区历史。

邻”理念更是为厦门思明在破解现代社会治理难题,实现居民与居民、居民与组织、组织与组织就近融合共建、联动共治、资源共享指明了方向。

深田社区充分发扬“远亲不如近邻”的社区文化,实践形成“千百万”群众工作法,以社区党委为核心引领,创新打造“千户访”精准入户工作法、“百事帮”邻里互助服务队、“万家和”纠纷调解平台,着力解决组织碎片化、人际关系陌生化的当代社会基层治理难题,打造共建共享、向上向善的和谐家园。

深田社区先后获评“全国社会工作示范社区”“全国侨务工作示范社区”“民政部100个优秀社区工作法”“全国创建无邪教示范社区”“省级文明社区”“省巾帼文明岗”“省先进基层妇联组织”“省双拥模范城示范单位”“省五星级信息化社区”“厦门市先进党组织”“厦门市首批10条红色文化经典线路”“厦门城市党建学院实训基地”等近百项荣誉称号。

### 渔港文化

沙坡尾是厦门渔港文化的发源地,厦门港的源起之地,所以“厦港街道”其实就是“厦门港”的简称。在明朝,这里曾是白浪翻滚、沙子色白如玉的“玉沙坡”。

2015年,思明区委、区政府将该片区列为老城有机更新示范点。厦港街道引入参与式治理,从环境

整治提升、文化传承保护、街区自治管理、产业业态调整等方面着手,引导片区居民、商家、企业和游客参与沙坡尾提升。

环境整治提升方面,完成避风坞截污、清淤、渔船上岸,戏台、接官亭、浮雕景观节点建设等环境改造工程7项;加固避风坞内侧骑楼17处2700余平方米,保护了避风坞埠界等诸多渔港文化元素。

文化传承保护方面,定期举办送王船(每五年两次)、送水灯(海普)、沙坡尾“做十六岁”等系列文化活动,保护传承传统文化民俗;申报“海普、延绳钓、沙坡尾做十六岁成年礼”列入思明区级非遗,筹备联合马来西亚申报“送王船”为世界级非遗。

街区自治管理方面,组建沙坡尾工作坊,成立沙坡尾商家协会和全市首个文化生态圈党支部,搭建居民、商家、企业、党员乡贤参与式治理平台,发动商家居民联合制定112字文明公约,成为民政部社区治理典型案例;开办“公益学堂”,开展系列“微公益”活动;举办“一日馆长”特色活动,打造沙坡尾活态博物馆。

产业业态调整方面,开展渔船退出渔民上岸转岗转产,引入文创、网红,开发IP伴手礼,引导“渔业一产”转为“服务三产”;发挥全市首个“沙坡尾影视拍摄地”聚焦效应,结合《紧急救援》《伟大的愿望》众多影视题材在沙坡尾取景的契机,引导形成“文化+旅游+影视”多元产业格局。

# 距第三届进博会还有9天,如新进博会首秀抢鲜“剧透”

还有9天,第三届中国国际进口博览会将在上海如期举行。第三届进博会的举办,向世界传递了中国不断扩大开放,优化对外营商环境的信心与决心。作为深耕于个人保养品和营养补充品领域的跨国企业之一,如新将首度亮相第三届中国国际进口博览会。如新中国总裁郑重表示,“赋能更美好生活”——是今年如新的参展主题,也是我们对每一位事业合作伙伴和中国消费者的承诺,以满足中国人对高品质生活的美好向往。

以“心”为擎,进博会展台颇具“心”意

如新将首次亮相进博会消



如新ageLOC美容仪系列

费品展区H 6.1 B3-06,并将“赋能更美好生活”的理念践行在展台各个区域。以“心”为擎,如新将品牌在发展过程中的“初心”“善心”和“诚心”,用心传递给中国消费者,全方位展示品牌在企业文化、创新产品以及社会责任方面的丰富实践和最新成果。

值得一提的是,在如新“善心·绿行”区域,消费者还将看到

如新通过天然植物材料打造的“种子墙”,以及如新创新的CEA(可控环境农业)科研技术,能够直观地感受到如新不仅从源头开始为消费者提供安全、有效和可溯源的产品成分。

### 创新引领智能护肤,“黑科技”闪耀亮相

展台现场,如新为消费者带来旗下护肤、健发、身体护理等诸多备受市场欢迎的美容仪器和个人保养品。在展台中心区域,凝聚如新30多年来的抗老研究经验及创新ageLOC科技理念的明星产品——ageLOC美容仪系列,包括如新ageLOC Me新智我、ageLOC Galvanic修身美颜

Spa、ageLOC Galvanic美体Spa和ageLOC LumiSpa新动机也将惊艳亮相。

更令人期待的是,如新将在进博会期间首发其重磅新品——ageLOC boost瓷光机,全方位向消费者展示如新领先的创新力和科技力。根据如新内部销售数据统计,2017年11月—2018年10月,如新每13.4秒就能卖出一台ageLOC系列美容仪器,全球销量达235万台,充分展示了ageLOC系列美容仪器强大的市场号召力。

### 探索互动新方式 打造沉浸式体验空间

近年来,随着消费升级的深

入演变,“千禧一代”跻身主流消费群体,他们更追求近乎完美的产品品质,也更在乎极致的产品体验。展会现场,将如新产品的科技力以及如新所倡导的美好生活理念以高科技、互动化、触手可及的形式呈现给消费者,如新将ageLOC系列美容仪陈列区域打造成了一个高科技的秀场。

如新中国总裁郑重表示,“我们期待借助进博会这一平台,向中国消费者展示如新的创新产品,前沿的技术以及文化理念,带动美丽健康产业变革与消费升级,携手事业经营伙伴紧抓中国市场的发展机遇,助力中国消费者拥抱更加美好的生活。”