



## 南通文旅集团:凝聚“党建红”勇当“主力军” 旗帜领航,助力文旅事业高质量发展

11月1日晚,在全网亿万观众与现场62329名球迷共同见证下,“苏超”决赛南通队与泰州队的巅峰对决在南京奥体中心体育场激情上演。最终,南通队在点球大战中憾负泰州队,获得亚军。但全体队员在赛场展现出的拼搏和努力赢得了所有球迷观众的尊重和掌声。

今年,“苏超”爆火出圈,南通队的表现更是引发全民关注。与此同时,作为南通赛区的运营主体,南通文旅集团积极探索多种“党建+”实践模式,锤炼自身业务能力,党建与业务同频共振、互促共进。

从“苏超”赛场的精心服务保障,到“第二现场”的持续火热;从文旅项目频频“出圈”,到各色市集游人如织。今年以来,南通文旅集团将党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用嵌入项目一线,实现了从“围绕中心”到“融入中心、引领发展”的深刻变革,为新时期做好国有企业党建工作注入新活力。

“集团将以旗帜领航,牢记初心、砥砺前行,不断深化‘支部建在项目上’的实践探索,努力成为全市文旅事业发展的主要推动者和南通高质量发展重要力量,在新征程上谱写党建与业务同频共振的新篇章。”南通文旅集团党委书记、董事长,南通狼山旅游度假区党工委副书记(主持日常工作)姜沁洋说。

扬子晚报/紫牛新闻记者 朱亚运 通讯员 朱健

### 赛场内外

#### “党旗红”助燃“苏超”热



10月19日晚,在“苏超”半决赛中,南通队点球胜出,南通主场以“不败”战绩挺进决赛。场上,球员们用一场场胜利为城市赢得荣耀,场下,也离不开南通文旅集团的精心组织和倾力保障,为现场球迷呈上一场场足球盛宴。

八个主场赛事,四易比赛场地,从仅容纳千人的南通大学西操场到南通足球训练中心海门基地、如皋基地,再到超3万多人的南通体育会展中心,球场规模一扩再扩。南通文旅集团始终以“满弓紧弦”的奋战姿态,全力保障主场各个环节。

被市民称为“南鸟巢”的南通体育会展中心已建成近20年,因建成时间较长,草坪、灯光、音响、功能房已不满足赛事要求。为全面提升观众体验,南通文旅集团党委迅速组建党员项目攻坚专班,直属党支部书记带头下沉一线,党员现场驻点,施工队伍“白+黑”连续作战。用时不到50天,让老旧场馆“南鸟巢”焕新升级,以全新面貌亮相“苏超”,跑出了令人惊叹的“苏超”速度。

从“南鸟巢”50天改造攻坚党员专班,到赛事期间16个党员责任区的高效运转;从3.2万份“宠粉”球迷包由党员带领志愿者精准投放,到1000桶饮用水在无电梯条件下的党员通宵搬运;处处可见党组织的力量和党员的身影,以“党旗红”助燃“苏超”热,将赛事流量有效转化为城市消费增量和发展能量。

#### 项目“出彩” 党建与业务同频共振

长江之滨、剑山之巅,“状元阁”咖啡店铺门前排起长龙,店员们忙而有序,咖啡机持续嗡鸣,咖啡香气在店内早已弥漫开来;顾客手持咖啡,纷纷以山水为景,拍照、打卡、晒图……今年元旦开业以来,这番景象已屡见不鲜。

状元阁咖啡项目,由植物园景区党支部具体运营实施,结合剑山景区智慧文化与南通状元文化,将“状元”元素融入咖啡,一经推出便迅速走红。该项目带动剑山景区游客同比增长272%,单品月销超1.5万杯,实现了“一杯咖啡带火一座山”的佳话,成为党建与业务深度融合的典范案例。

业务是做好党建工作的基础。南通文旅集团立足文旅产业项目化、市场化特点,以“支部建在项目上”为核心思路,探索“嵌合式”党建工作体系。目前,集团下辖的1个党总支、12个党支部实现了对核心业务单元的100%覆盖,将红色动能注入各项业务中,确保党建工作无死角、全覆盖。

党建工作的成效,最终要体现在推动企业发展的实绩上。南通文旅集团积极探索多种“党建+”实践模式,找到了党建与业务同频共振、互促共进的有效抓手,推动了一批重点项目的落地和品牌的形成,实现了党建强、发展强的良性互动。

今年以来,南通文旅集团还启动实施一批服务配套项目,军山森林树屋一期、植物园荷花餐厅正式运营,狼山敬香台驿站、军山自在广场集市和剑山糕粽亭建成开放,狼山禅修圣地完工,植物园状元客栈正在改造施工,旅游服务配套进一步优化提升。

#### 借势“出圈” 文旅消费升腾“烟火气”



“苏超”期间,每逢南通队比赛,南通文旅集团策划推出“第二现场”观赛模式,构建“赛事+住宿+美食+文化”一体化服务模式,实现了社会效益与经济效益的双丰收。

景区、景点、文化场馆、酒店……南通文旅集团借势“苏超”出圈,以赛事“流量”激发消费“增量”。第四届南通啤酒嘉年华“火力加码”,在滨江体育公园举办“足球之夜”燃动城市夜经济;在南通体育会展中心外,市集活动点燃城市烟火气;南通大剧院、美术馆重点推出热门剧目、艺术展览、美育培训等消费场景,拉动艺术消费。

与此同时,深挖江海文化特色,精心设计开发助威服、“通仔”钥匙扣、纪念版足球、文创雪糕、折扇等“苏超”文创周边产品近40款。集团各景区、场馆、酒店同步上架文创产品,在文峰大世界、迪卡侬、富美帽饰博物馆、政务中心超市开设专柜,在崇川大有境布设太空舱,让球迷有得逛、买好物、玩尽兴。

“假日消费”是解锁文旅新体验的重要契机。狼山新春灯会、植物园苗侗文化艺术节和“通城夜宴 万物生光记”夜游、“月满华诞 遇见国潮”、圆明园兽首特展等特色活动连番上演,形成波浪式的消费热潮。“十一”假期,啬园锦鲤咖啡、军山浮生茶社、狼山望江茶馆等新业态纷纷呈现,“出道”就“出圈”,锦鲤咖啡日均销售屡创新高。

#### 擦亮品牌 “文旅向新力”赋能发展

党员是项目攻坚的主力军。南通文旅集团以“文旅向新力”党建品牌为引领,全力打造“先锋+”赋能引擎,让党员在项目一线冲锋陷阵、施展才华。同时,注重在项目一线培养锻炼人才,把重大任务、重点项目作为考察党员干部的“试金石”,一批能力突出、作风过硬的党员干部脱颖而出。

在场馆改造、赛事保障、大型活动运营中,南通文旅集团成立以文体会展公司支部党员为主体的攻坚专班,组建16个专项工作组,支部书记驻点督导,从检票安检、场地维护、球迷服务到后勤保障,党员骨干带头通宵达旦、连续作战,确保了数万人的大型活动安全、有序、精彩,赢得了社会各界的广泛赞誉。

无论是“南鸟巢”的焕新升级,还是高质量保障圆明园兽首特展、全国残疾人游泳锦标赛等数个重大活动;无论是党员“娘子军”组成的攻坚团队,每日负重攀登400余级台阶保障“状元咖啡”正常运转,还是20多名党员志愿者用无微不至的服务赢得残疾人运动员的点赞,都是“关键时刻党员顶上去”的真实写照。

“越是急难险重,越能练就过硬本领、锻造过硬队伍。”姜沁洋说,项目一线的锤炼,极大地激发了党员的荣誉感、责任感和创造力,形成了一支关键时刻拉得出、顶得上、打得赢的党员骨干队伍。未来,将推动各党支部围绕景区运营、酒店管理、文体会展、项目开发等主营业务,同频共振、互促共进,有效转化为实实在在的发展成效和市场竞争优势。