



晋江经济报微信公众号
晋江新闻网微信公众号

2022年9月29日 星期四
农历壬寅年 九月初四



JINJIANG ECONOMY NEWS

晋江经济报

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律宾版

第3428期

晋江新闻网

www.ijjnews.com

梅嶺街道桂山社區：“城中村”到“城中心”的蛻變

本報記者 賴自煌 秦越

十年前，晉江梅嶺街道桂山社區還是個不擇不扣的“城中村”。不發達的路網交通、略顯髒亂的村容村貌、相對匱乏的商貿配套等，都是人們詬病的焦點。

梅嶺組團城市改建工程的推進，為桂山提供了快速發展的機遇。社區九成以上區域推倒重建，取而代之的是一個個現代化居住小區、縱橫交錯的城市路網和日益優化的商貿、教育、文化等民生配套。桂山迅速發展成為晉江最繁華的城市新型社區之一。

從“城中村”到“城中心”，桂山社區的蛻變，帶來的不僅是居民生活環境、生活方式的轉變，還有群衆幸福感、獲得感的持續提升。

“城中村”的華麗蛻變

在桂山社區桂華苑小區，今年60多歲的莊志華漫步在花園式的小區中庭。回憶起以前的生活，他很是感慨，“那時的桂山‘既不像城，也不像村’，每次外地的親朋來訪，都笑話我們這裏是城鄉接合部，就連社區的厝邊也沒幾個人覺得自己是‘城裏人’。”

桂山社區黨委書記、居委會主任莊文華說，當時的桂山，雖然地處城區，但社區的形態、各項配套及群衆的生活方式，還跟農村一樣。

城市改建後，桂山社區新建安置房40多萬平方米，3000多名居民搬進現代化小區，享受宜居的生活環境。用莊志華的話說，“過上了以前想都不敢想的生活”。

改造前，莊志華一家九口人同住在自建的民房裏，家裏的9間店面，每月租金收益不足萬元（人民幣，下同）；改造後，莊志華置換了4個套房和幾間店面，店面每月能帶來近4萬元的租金收入，全家人



生活品質明顯提升。

城市改建帶給桂山的，還有四通八達的城市路網、高端的商貿旅遊配套，以及持續優化的教育、醫療、文化等民生配套。

今日的桂山，以世紀大道、塘岸街、湖光路、梅園路為軸，着力發展第三產業，樓宇經濟蓬勃發展，居民安居樂業，幸福指數持續攀升。

“新老晉江人”的幸福生活

泉港人連治平安家在桂山錦繡苑小區。每天早上，他都會先送兩個孩子到附近的希信中心小學上學，再步行到不遠處的萬達小區上班。全家人生活在桂山，工作學習在桂山，是連治平打心底裏覺得幸福的事兒。

大學畢業後，連治平就來到晉江工作，輾轉幾個地方後，入職桂

山社區的萬達小區物業公司。“每天都和業主打交道，業主們對社區生活的滿意度，以及他們展現出來的那份幸福感，都深深地感染着我。”連治平說，2014年購入錦繡苑的住房後，他便將老婆孩子的戶口都遷到了社區。

莊文華介紹，隨着城市公共配套的不斷完善，桂山已從擁有3000多人口的傳統村，發展成為擁有2.8萬多人的新型社區。社區目前有戶籍人口1.3萬多人、非戶籍常住人口1.4萬多人，新老桂山人在這裏融合生活、共享福利。

以黨建引領基層網格管理工作為抓手，桂山不斷探索實踐基層治理服務模式。一方面，持續完善公共配套，建起了老人活動中心、文體活動中心，配套四點鐘課堂、黨群志願服務驛站，並通過文化陣

地、微景觀等建設，為群衆開展文化娛樂活動提供平臺；另一方面，依托黨群服務中心開設便民服務窗口，全天候服務“不打烊”；同時，以社區黨委為核心，在轄區設立10個網格黨群服務站，進一步延伸黨群服務觸角，常態化為群衆提供各種貼心服務。

今日桂山，百姓日子越過越紅火。社區成立了股份制經濟聯合社，以集體資產變現的3600萬元為本金，實施股份制改革，每年投入100多萬元為居民購買醫保，3000多名桂山“原住民”變身“股民”，進一步享受社區發展帶來的“紅利”。



英林鎮：力爭打造10家數字賦能示範企業

本報訊（記者 林小杰）“今年初以來，英林鎮以‘產城人’融合發展為主線，深入推進‘產業強鎮、商貿重鎮、公益名鎮、善治小鎮’建設。”近日，晉江英林鎮黨委副書記、鎮長柯榮圍在輪值接聽市長專線時透露，下半年，英林鎮力爭打造10家數字賦能示範企業。

柯榮圍介紹，英林鎮深入推進智能改造，通過示範標杆企業引領產業數字變革，增強企業發展

能級，有效應對疫情衝擊影響，今年初以來財稅收入增長94.14%。目前，逸錦化纖、柒牌時裝科技入選省工業互聯網應用企業典型案例匯編，佔全市總量的四分之一。

近日，晉江英林鎮黨委副書記、鎮長柯榮圍在輪值接聽市長專線時透露，下半年，英林鎮力爭打造10家數字賦能示範企業。

柯榮圍介紹，英林鎮深入推進智能改造，通過示範標杆企業引領產業數字變革，增強企業發展

能級，有效應對疫情衝擊影響，今年初以來財稅收入增長94.14%。目前，逸錦化纖、柒牌時裝科技入選省工業互聯網應用企業典型案例匯編，佔全市總量的四分之一。

記者了解到，今年初以來，英林鎮落實高企倍增計劃，培育省科技小巨人企業2家，博文織造入選省第五批入庫科技型中小企業名單。同時，深化校企合作，勁霸和勁心勁意公司設立“福州大學實習基地”，柒牌與泉州輕工職業大學校企新型學徒制培訓項目順

利結業。

柯榮圍表示，下階段，英林鎮將繼續做大做強優勢產業，做全做優創新要素。以清單化、節點化方式加快重點項目建設，重點推進英林園綜合產業園區建設，推動專精特新企業集聚發展，力爭全年培育“小升規”25家、科技型中小企業7家，力爭打造10家高質量發展。

真假巡按 演繹智慧與忠義 晉江即將上演掌中木偶新戲《李東假巡按》



在晉江市戲劇中心，晉江市掌中木偶劇團正在排練《李東假巡按》。

本報記者 陳巧玲 攝

現出他假扮巡按後的身份變化，這是比較難的地方。

除了演員的表演，木偶戲極具地方特色的唱詞也是其魅力呈現的重要元素，而舊戲改編如何在創新的同時保留原本韵味，也是團隊

需要考慮的。“這個戲是按照原有的劇本進行二次改編和縮減的，唱詞和原來的大相徑庭。”該劇音樂設計林君嬌說，“地方劇種的個性和風格祇能在創新中強化而不是丟棄，因此在寫作的過程中我盡量

先考慮本劇種的傳統唱腔，根據唱詞和表演的需要再加以創作。”

此外，豐富精致的舞臺場景使得戲曲更具美感。“我們這部新戲是由老戲改編的，在保證原有主要劇情不變的情況下，進行了舞美的升級。”導演陳來興介紹，為豐富舞臺場景，劇團新刻畫10餘個木偶像，自制30餘件道具，運用木偶的特有表現手法，展現游燈、換裝等藝術表演形式，極富觀賞性、趣味性。

“以前演員少，一出大戲祇有三四個人上場表演。”陳來興說，“現在我們演員足夠，這場戲有10餘個演員上場，演繹了40餘個角色，場面更為盛大，視覺效果更佳。”

據晉江市掌中木偶藝術保護傳承中心負責人尤天相介紹，該劇目經過半年的打磨，其間經歷了疫情，進度多次中斷，最終將于9月底完成排練，屆時將走進村莊、社區、劇場，為觀眾呈現一場精彩的文化盛宴。

蔡建忠侯珊藝伉儷
捐贈善款300萬元

本報訊（記者 施蓉蓉）27日晚，晉江市深滬鎮百佳公司董事長蔡建忠、侯珊藝伉儷借愛子蔡家豪、兒媳顏嘉盼結婚的大喜日子，向晉江市慈善總會捐贈300萬元（人民幣，下同），其中200萬元定向捐贈給深滬鎮教育發展促進會。

據了解，深滬鎮教育基金會自今年6月26日發佈成立倡議以來，已收到多筆捐款，將有力助推深滬鎮慈善和教育事業的發展。

2022中國機器人大賽 11月下旬在晉江舉行

本報訊（見習記者 楊靜雯 記者 沈茜）2022中國機器人大賽暨RoboCup機器人世界杯中國賽將于11月下旬在晉江舉行，這是記者從26日召開的新聞通氣會上獲悉的。

比賽為期三天，包含RoboCup足球、醫療機器人、水下機器人、無人機挑戰賽等21個大項。此外，大賽同期還將舉辦機器人、智能裝備等相關領域高端學術論壇活動。

據悉，RoboCup機器人世界杯中國賽是RoboCup機器人世界杯的正式地區性賽事，1999年中國自動化學會舉辦首屆RoboCup機器人世界杯中國賽，并于2006年發展為RoboCup國際聯合會認定的最有影響力的五大國際區域賽之一，至今已成功舉辦23屆。

CBEC跨博會 延期至11月中旬舉辦

本報訊（記者 蔡明宣）27日，記者從晉江市跨境電商協會獲悉，原定于9月份舉辦的CBEC跨博會（中國跨境電商及新電商交易博覽會）將延期至11月18日至20日，在福州海峽國際會展中心舉行。

據悉，本屆跨博會展會面積達4.5萬平方米，將有超1500家企業、超800家供應商、超3萬位專業觀眾到場，現場發佈100億級採購需求。

本屆跨博會有不少亮點。其中，展會將推出“海內外直播電商網紅直播”，幫助不能到達現場的賣家進行線上選品，也助力供應商企業鞏固行業市場並開拓網紅經濟新市場。同期還有CBEC“金橋梁”跨境新品精準對接會、傳統外貿雲上精準對接會、跨境海外直播、CBEC跨境晚宴、杰出企業推薦會等多種類型的專業活動。此外，活動現場設置了“CBEC跨境榮耀電競娛樂賽”“CBEC跨境運營專業知識問答賽”，意在培育跨境企業團聯合作、堅韌不拔的精神，為中國外貿出口貢獻力量。

恒安心相印
獲評“中國區消費者
首選前十品牌”

本報訊（記者 柯國笠）近日，知名第三方國際調研機構凱度舉行2022年凱度全球品牌足跡中國榜單消費者十年之選品牌頒獎。在凱度消費者指數發佈的《全球品牌足跡報告》中，恒安心相印品牌以3.94億消費者觸及數、60.2%滲透率，入圍2021年“中國區消費者首選前十品牌”。

據悉，凱度消費者指數《全球品牌足跡報告》已問世十年。十年裏，品牌足跡報告記錄、分析、解讀了中國快速消費品市場快速變化的競爭格局，助力品牌在中國市場的創新和進化。

根據報告，心相印憑借優質的產品和服務，贏得萬千家庭的信賴，連續多年上榜“中國區消費者首選前十品牌”。

盡管過去十年中國市場經歷了翻天覆地的變化，領先品牌始終保持著韌性，憑借著不斷提升的品牌力、渠道力和產品創新能力，建立了可持續的消費者增長模式。心相印連續多年上榜就是典型代表。