

湛山街道:“小网格”撬动“大作为”

在社区建立网格自管共治新机制 化解不文明养犬、乱堆乱放等突出问题 230 余个



早报8月21日讯 漫步街头巷尾、庭院广场,感受“网格橙”“志愿红”“环保绿”的多彩交织;闲逛农贸市场、街头小馆,体验“人间烟火气”的秩序井然;流连浮山湾畔、摩天高楼,品味海天一色、霓虹夜景的流光溢彩;徜徉口袋花园、文体广场,欣赏步步是景、入眼皆画的精致景观……自全国文明典范城市创建工作开展以来,市南区湛山街道坚持专班化推进、精细化管理,展开历史遗留绿植地整治提升、卫生死角乱堆乱放整治提升、户外飞线广告整治提升等八大行动,从“网格员+居民自治”角度破题,探索建立了网格自管共治新机制,积极构建起共建、共治、共享的文明典范城市创建新格局。

织密网格脉络

“整天在网格里转,有什么问题和隐患都能马上知晓,比事后整改更及时有效。”湛山社区03网格的网格长吕世浩这样评价网格自管以来的变化。湛山街道按照每个网格300—500户居民的标准,结合辖区实际,划分40个网格,以此



脏乱差的“小菜园”改造成“口袋花园”。湛山街道供图

为基点,健全“街道党工委—社区党委—网格党支部(总支)—楼院党小组—党员中心户”的红色组织架构,推动公安、城管、民政等行业力量下沉网格担任专业网格员,完善网格“1+1+N”人员架构,实现“发现问题—分类问题—处理问题—解决问题”全过程工作机制,着力打造“一网共治、多网融合”的精细化基层社会治理新格局,以社区“小网格”助推创城“大作为”。

集结“最强大脑”

迈进湛山社区05网格的“口袋花园”,一股沁人心脾的花香扑面而来,盆栽鲜花和绿植装饰着院落的各个角落。正在花园乘凉的社区居民告诉记者,这里本是令人蹙眉捂鼻的卫生死角,经过居民合力清理整治,蝶变为“推窗见绿”的“口袋花园”。

湛山街道从居民最关心、最直接、最现实的问题入手,每周以多种形式召开“网格议事会”,通过“暖协商、暖协同、暖参与、暖服务”等“四暖”工作法,集结网格员、社区居民、沿街商铺、行业部门的“最强大脑”,找到居民意愿和诉求的最大公约数,形成了小事简议、快事快议、难事众议的网格协商氛围。自成立网格自管会后,把3处脏乱差的“小菜园”改造成赏心悦目的“口袋花园”,及时化解不文明养犬、乱堆乱放、群租扰民等突出矛盾问题230余个。

串联红色资源

居民自发参与环境卫生整治提升了楼院的“内涵”与“颜值”,联创共建单位的助力则搅动了整个街区的“活力”与“气质”。湛山街道以区域化党建共建串联起辖区红色资源,推动93家共建党组织与40个网格党组织签约共建,培育出一批党建指导员、金融理财顾问、心理咨询师、矛盾调解员等居民喜闻乐见的服务团队。文明典范城市创建工作开展以来,青岛万象城、中铁慧生活物业青岛分公司、中建安装青岛分公司等共建党组织先后认领45个楼院并协助清理,国信集团出资翻新居民文体广场。在网格党组织的统筹下,网格成为互联互通的“党建红色平台”和“文明创建纽带”,在辖区掀起了一场全域创城、全民接力的“文明行动”。

(观海新闻/青岛早报记者 刘鹏)

走近“汪汪队”

早报8月21日讯 一名“人质”双手被捆,警犬贝贝迅速来到“人质”面前,用牙齿咬开绳索,帮助“人质”脱困……8月21日,青岛市公安局地铁分局警犬工作站开展“警营开放月”活动,岛城多所学校的小学生们与“汪汪队”近距离接触,参观研学。警犬工作站的警官向学生们介绍了警犬的犬种特点及作用,训导员们分别指挥警犬展示了服从、搜爆、追踪、跨越障碍、扑咬、人质解救等训练课目。

(观海新闻/青岛早报记者 杨博文 摄影报道)



警犬与训导员一起行进。

“洞”中救萌娃

早报8月21日讯 21日中午,一名儿童在高新区世茂52+商场游乐区玩耍时,头被卡在游乐设施中。高新区消防救援大队接报后,立即调派智桥路消防救援站进行救援。救援人员到达现场后,发现一名小男孩将头钻入一个三角形的游乐设施中,结果被卡住。在救援过程中,小男孩尽管由于害怕哭花了脸,却不忘向消防救援人员说“谢谢”。最终,消防救援人员利用液压剪扩钳对三角形洞口进行扩张,助孩子顺利脱困。

(观海新闻/青岛早报记者 邹忠昊)



消防人员对被卡男童实施救援。高新区消防救援大队供图

青岛时装周 创新“云”板块

早报8月21日讯 日前,东方时尚季·2022青岛时装周在青岛西海岸新区拉开帷幕。本届时装周创新推出“云一Show”“云一Purchasing”“云一Talk”“云一Events”“云一Live Streaming”五大时尚板块,强化聚焦“新锐力量 原创赋能”主题,通过举办发布大秀、原创设计交易、产业论坛等系列主题活动,不断优化拓展品牌交易和展销渠道,帮助原创品牌持续发声,促进原创设计走向销售市场。

与抖音平台进行合作,把时装周搬到抖音直播成为本届时装周的一大亮点。通过搭建“东方时尚季·抖音购物节”线上平台,为参与本次时装周的原创设计师品牌打造火爆线上销售新场景,将有16家设计师和供应链品牌线上直播发布并实现全流程云上交易。此举助推原创设计品牌进行商业转化,实现时尚产业与电商平台的跨界融合,为观众带来“云上看秀,即秀即买”的多元时尚消费体验。

本届时装周定位“时尚买手节”,强化“原创设计交易”,以中韩设计师品牌发布与订货会作交易重点,深度打造“买手时装周”的品牌标签。订货会以“潮涌东方”为主题,在东方时尚中心园区中国(国际)时尚品牌交易中心,现场展示上千款2022年秋冬新款原创设计,主推中韩原创设计师品牌商品、独立设计师商品和国内优质供应链源头商品,产品主要面向的客群为30—45岁轻熟年龄段,覆盖了都市独立女性更喜欢的休闲个性风格以及中年女性更倾向的优雅舒适类型。

(观海新闻/青岛早报记者 杨博文)