

深圳援疆干部姚文开：

“可以没有英雄壮举，但决不能碌碌无为”

本报记者 杨阳腾

“我可以在援疆工作的3年中没有英雄壮举，但决不能碌碌无为。”5年前，深圳援疆干部姚文开初到喀什时，许下了这样的誓言。3年后，他策划制定出喀什经济开发区完整的“1+11”招商引资政策，推动喀什特区实现进驻企业从零到300多家、税收从零到2.2亿元的巨大变。

“当时，我对经济工作比较感兴趣，也想换个环境积累经验、开阔视野。”近日，已结束援疆工作、在深圳前海深港现代服务业合作区管理局挂职局长助理的姚文开，回忆起援疆往事时，对《经济日报》记者说，当时他主动报名参加了中组部第七批援疆干部增补人员选派，任喀什经济开发区发展改革和经济促进局局长、深喀科技创新服务中心主任，承担发改、经信、商务等6项工作职责。

出台政策招商

“初到喀什时，喀什经济开发区刚批下来，还是一张白纸。”姚文开称，画好这张白纸需要进行缜密的构想。首先，要在充分调研的基础上边规划、边出台政策、边招商，做好企业的落地服务。到任后，姚文开将制定喀什特区的政策作为头等大事。考虑到当时发展改革和经济促进局只有3个人，力量单薄，姚文开把政策的制定分为三个阶段，第一阶段先梳理国家重点政策，便于理解和宣传，帮助企业快速查阅；第二阶段，用足用好自治区赋予喀什特区的权限和政策，快速吸引企业落地；第三阶段则根据国家、自治区相关政策，并结合喀什特区的实际，形成开发区“1+11”政策。

“当时，我们抓住国家文件赋予喀什特区先行先试的政策，积极发挥财政扶持资金的作用，突出对主导产业的支持。同时以管用实效为原则，反复征求工商、税务等部门的意见，保证政策的顺利实施。”姚文开介绍说，以此为思路，经过数十稿的修订和反复讨论，2012年10月21日，喀什特区的总体政策框架出台，紧接着又出台了11个专项配套政策，形成了喀什特区“1+11”政策组合。

“1+11”政策对喀什特区的招商引资发挥了至关重要的作用。姚文开称：“截至2014年3月底，入驻喀什特区的企业达224家，投资总额达316亿元，完成投资26亿元，实现税收约3.1亿元，好政策为喀什特区带来了丰厚的收益。”

立足项目服务，姚文开还积极推进基础设施建设。3年间，累计完成投资项目审批、核准、备案共计92个，投资总额约227亿元；完成投资53亿元，完成厂房楼宇建设共计70万平方米，完成园区道路建设56公里。

大胆改 放心试

对喀什的跨越式发展，姚文开的理解是“早、短、快、前”，即经济发展启动早、产业培育集聚周期短、产业结构

▲ 姚文开在喀什地委党校讲课。
(资料图片)◀ 2013年首届中国上海国际技术进出口交易会上，姚文开(左)与上海代表签订合作协议，共建喀什特区产权交易所。
(资料图片)

调整升级快、发展思路超前。为实现这个目标，姚文开科学安排产业发展顺序，力争形成龙头带动效应，以点带面加快发展。“我的想法是先易后难、先虚后实、先低后高，以流动经济带动实体经济，以实体经济烘托智力经济。”姚文开告诉记者，具体来说，就是以金融商贸业为起点，全面带动仓储物流和加工业的发展，择机发展生物医药、高新技术产业和研发创意产业。

“大胆改、放心试”是姚文开推动系列业务创新和改革的两大关键词。在他的努力下，一系列创新举措接连推出，令姚文开印象最为深刻的是虚拟注册制的推出。

姚文开初到喀什特区时，整个特区还处于基础设施建设阶段，无法为落户企业提供确切的注册地址。为实现建设与招商同步进行，经过与工商等部门多次沟通协商，姚文开在特区内率先实施虚拟工商注册，即特区根据企业的类型，按照特区总体规划的功能划分，为落户企业提供在特区的大致位置注册地址证明，而企业的实际经营地址暂时可在特区辖区外。

“虚拟注册制的推进实施，实现了特区边建设、边招商、边运作的模式。在喀什特区还没有任何生产、办公楼宇的情况下，提前两年进入实质性运作阶段。”姚文开告诉记者，前期引进的16家股权（创业）投资企业和70多家商贸企业在2013年即为特区创造了1.68亿元的税收，是喀什特区成立以来的第一笔财政收入，占喀什市年税收收入的

25%。姚文开推出的改革举措还有很多。喀什距离乌鲁木齐1500公里，一个进出口企业从申请到领取进出口许可证至少要跑两次乌鲁木齐。为方便企业办事，他积极推进进出口许可证合法改革，并在2013年3月在喀什特区设立延伸打印终端，实现了远程业务办理。

据姚文开回忆，喀什特区的招商引资是在探索中不断前进的。为有效推进招商，他们筹划组建了喀什特区招商服务中心，并由深圳市对口支援新疆工作前方指挥部成立“园城组”，推动深圳产业园深圳城招商建设，姚文开是“园城组”成员之一。为统筹特区和喀什市的招商引资工作，当地提出以喀什特区为主力，将深圳市对口支援新疆工作前方指挥部、喀什市招商引资力量整合在一起，形成三位一体的招商体制。为推动招商，姚文开先后多次带队到深圳、乌鲁木齐、上海举办股权投资专题推介会和各种展会，还举办了第一届科技大会、第一次科技创新大赛，实现了南疆第一个互联网金融企业的落地。

克服水土不服

在遥远的他乡，不仅要承受思乡之苦，还会碰到生活工作上的各种困惑。新鮮期过后不久，工作生活上的不协调性以及“水土不服”现象开始出现。

姚文开刚到喀什时，深圳援疆前方指挥部车辆较紧张，只保障正常上下班

的集中接送。但他在喀什特区经常需要加班，很多时候只能自己打车回宿舍。而当时喀什的出租车很少，有时只能在冰天雪地中乘坐摩托车。回到宿舍时，他常常手脚僵硬、面部刺痛、睫毛和头发上凝结了厚厚的一层冰。有时回宿舍太晚，甚至连口剩饭都没有。让姚文开最难以释怀的，是在异乡听闻家中的变故却无能为力。援疆3年里，他的母亲、妻弟和大嫂先后离世，他却因远在喀什未能与他们见上最后一面。

“在喀什，工作强度很大。”姚文开表示，在喀什的工作强度远远高于在深圳原单位的强度。在喀什流行这样一句话，“周六保证不休息，周日休息不保证，五加二，白加黑，还要加上夜总会（晚上总是要开会）”。

“起初确实有点不习惯，后来慢慢就适应了。一是喀什本地的干部都习惯这种工作模式，我们援疆的干部也应该具有这种精神；二是我独自在喀什，晚上和周末没其他安排，不仅很快适应了这种工作模式，有时还乐在其中。”姚文开告诉记者，“晚上要是没会议，我就在宿舍起草报告，或记录自己在喀什的点点滴滴。不到一年时间，我宿舍书桌前新装修的木地板竟然被座椅磨破了一大块”。按照当时规定，援疆干部春节可休假45天，但在特区挂职的干部，每年春节都休不到25天。挂职期间的3个春节，姚文开按规定的假期少休60天，相当于在喀什干两个多月。

对姚文开来说，最大的挑战在工作上。由于当时喀什经济开发区还没有正式揭牌，很多工作都没有理出头绪，工作推进困难重重。

“好在随着时间的推移，我的观点、思路和工作方式逐渐得到当地干部的认可，我也和很多当地的同志成为好朋友。”姚文开6次被邀请到喀什地委党校、喀什市委党校讲课，与喀什的干部交流喀什特区的发展思路、分析未来发展前景。姚文开将此总结为“以时间换取空间，以成绩换取认可”。

姚文开初到喀什许下的誓言没有落空。3年后，他参与开创的援疆项目处处绽放出成果之花，他推动的改革创新举措也彰显成效，他火热的援疆情怀也在影响着喀什的干部和群众。2014年，姚文开作为喀什市、喀什地区、新疆维吾尔自治区三级党委政府优秀援疆干部和喀什市荣誉市民返回深圳。

回到深圳的姚文开仍在关注着喀什发展，“支持喀什的工作还在继续，将来也不会停止”。正如他曾经说过的另一句话：“在喀什我在前方，回到深圳我在后方，无论前方后方，喀什总是我牵挂的地方！”

行进中国 精彩故事

每个故事都是时代印记

“切糕王子”：一勤天下无难事

本报记者 刘 麟

夏日里，湖南长沙酷暑难耐。然而，在湖南省大学生创新创业基地13楼，阿迪力·买买提吐热满面春风地走进湖南梦想起航电子商务有限公司，丝毫不受高温影响。只见，他用力地拍拍手掌，意气风发地说：“告诉大家一个好消息：已经敲定去吐鲁番哈密瓜基地做直播销售的事宜，现在开始准备，下个月，挺进新疆吐鲁番！”同事们发出阵阵欢呼。

26岁的阿迪力是新疆维吾尔族人，相比繁长的名字，他更愿意记者称呼他“切糕王子”。“切糕又称玛仁糖，是新疆维吾尔族的特色食品。我的父亲是第三代切糕传人。读大学时，我也是靠着祖传的手艺做切糕、卖切糕创业，闯出了‘切糕王子’的品牌。”

在董事长办公室里，年轻有为的阿迪力和《经济日报》记者聊起了他的“切糕”故事。

2012年12月，湖南岳阳发生“天价切糕”事件，引起广泛关注。正在长沙理工大学读大二的阿迪力心里很不好受。“切糕对我是一种美好的回忆。我想让大家尝一尝味道正宗又价格实惠的切糕，为家乡的美食正名。”阿迪力说。

为切糕正名成了阿迪力创业的原动

力，“当时的切糕很火，淘宝网上却没有一个卖切糕的商家，我们就决定开网店”。他的想法与同学蒋金亚兄弟俩一拍即合，2012年底，3个人东借西凑投入3万元创业“买买提切糕店”，并在淘宝网正式亮相。尽管身在长沙，阿迪力制作切糕的原料都来自家乡——新疆喀什。在熟悉的香味中，秉承着家族的娴熟手艺，阿迪力将切糕发送到全国各地的购买者手中。

但随着公众关注度下降，买切糕的人越来越少，最低时，一天销售额仅有30元。这并没有击退3个年轻人创业的决心：他们白天上课，晚上就守在电脑旁学习电商营销的技巧，总结经验继续前行。2013年2月，“买买提切糕店”推出的“9.9元包邮”让阿迪力的创业迎来了转机。“我们在每一份包邮的商品中附上一份‘感谢信’，讲述大学生创业的不易和我们的决心。”阿迪力说，随着一封封“感谢信”的发出，切糕店的订单又开始多起来，在淘宝上小有名气。

2014年5月2日，《舌尖上的中国2·时节》介绍了新疆的特产“切糕”。这一次，阿迪力的店彻底火了！日均售出2000余单。突然飙升的订单，让阿迪力的团队陷入窘境——他们租用的民宅操作间狭窄，基本

都是手工作业，出货慢、产量低，无法满足众多网购者需求。一个大胆的想法在阿迪力的脑海中萌芽：告别小作坊，成立公司，建立自己的生产基地，将切糕事业做大！

为让阿迪力圆梦，同学们帮着发放宣传单为他“招兵买马”，其就读的长沙理工大学帮着联系生产基地……2014年5月20日，承载着3位大学生创业梦想的梦想起航电子商务有限公司成立，“合伙三人组”变成了上百人的公司，大学生阿迪力收获“切糕王子”的昵称，一切开始步入正轨。

“在我的创业路上，抓住了大学生创业、互联网等机遇，相对比较顺利，但还有很多不易。”阿迪力告诉记者，看似蒸蒸日上的企业，每天都会面临新的挑战。他印象最为深刻的是去年的一次操作失误：原价35元的切糕被以0.35元的价钱秒拍4万份，公司面临20多万元的损失。经过协商，公司为共计7000多位顾客免费寄了一份切糕，并附上一封说明信，希望顾客可以理解。“结果，有大部分买家选择放交易；未放弃的，我们都予以发货，将损失控制在8万元以内。”阿迪力说，“对此，我们深刻地认识到，只有不断改进创新，企业才能越做越好”。



一位文化志愿者 引发的“蝴蝶效应”

本报记者 王 伟

在河南郑州，有这样一个人，她在文化志愿服务的道路上不忘初心、无私地帮助和感化他人，引发郑州文化志愿服务的“蝴蝶效应”，使一大批多才多艺、心怀大爱的文化志愿者成为郑州志愿服务大军的重要力量。她就是郑州市文化志愿服务中心副主任——李桂玲。

作为一名优秀的文化志愿者，李桂玲在不断完善社会志愿服务体系、服务市民文化需求、弘扬互助风尚等方面发挥出积极作用，赢得社会各界认可。

“送文化”变“种文化”

4月9日、10日，郑州中原福塔广场热闹非凡，精彩的团体舞、大合唱不断上演。市民杜翠云对《经济日报》记者说，“节目既专业又好看，不仅有趣味，还接地气”。

类似的“文化演出进社区”活动，自2011年李桂玲出任郑州市群众艺术馆馆长后，每年都不会低于40场。

群众对这种文化进社区的形式十分认可，但李桂玲觉得应该探索新的“走基层”模式，为群众带去更加本质的帮助，即变“送文化”为“种文化”。

在深入基层调研过程中，一桩桩事情敲打着李桂玲的心：“老百姓非常渴望参加各种文化活动，基层需要文化指导。我是一名共产党员，应该把文化志愿服务与满足广大群众的最迫切需要有机结合起来。”

在她的尝试下，文化志愿者们开始对接偏远地区的贫困群众。3月25日，郑州登封顾家河村一所小学来了一群热心人——由郑州市群艺馆及郑州市文化志愿服务中心组织的文艺专业骨干和艺术家，为他们带来学习用品、生活物资，开设了音乐、舞蹈等艺术课程。

根据帮扶计划，登封顾家河村和登封文武学校成为郑州市文化帮扶的试点。“顾家河扬起‘文化帆’，金凤凰藏在山里边。贫困的土壤扎下文化根，小鸡娃也能飞上天。”这首打油诗在村里人人皆知。

根据李桂玲的理念，要形成“顾家河模式”，将文化扎根基层农村，播下精神文化的良种，从而绽放“郑州群众工作”特色花，结出“文化志愿”丰收果。

打造优质团队

文化志愿者要具有专业技能，能够为广大志愿者、社会群众作文化指导。这决定了文化志愿者队伍必须具备专业性，用先进的文化去引导丰富群众文化生活。

4月7日，郑州市群艺馆里琴声悠扬。由文化志愿者、青年古琴演奏家黄浩杰担任主讲的“情韵郑州——公益讲堂”开课，吸引了许多爱好者。

“情韵郑州——公益讲堂”是群艺馆搭建的文化平台，在引导文化志愿者的同时服务大众。目前，“情韵郑州”已开展公益展览、讲座、演出千余场。

为进一步挖掘志愿者服务潜力，延伸服务触角，李桂玲带领郑州市文化志愿服务中心陆续在院校、企业等设立分中心。目前，已在郑州师范学院、黄河科技学院、索克集团等多家单位成立分中心。

节点连线，织网成片。李桂玲借助郑州网格化管理先进经验，以网格状的形式全面展开与各县(市)区文化志愿服务中心的连接，力争文化志愿者在全市全覆盖。

就这样，一个人带动一群人，一群人带动一座城。郑州市相继组建了文化志愿服务队300余支，吸纳文化志愿者4万余人。

当爱已成为习惯

2014年12月，李桂玲资助了登封市宣化镇小学的两名留守儿童卢柄皓、卢雪。孩子每天都给她发短信：“阿姨，今天天冷，你记得多穿衣服。”“阿姨，我很久没有见到我的妈妈了，我可以叫你妈吧……”就算工作再忙，李桂玲也会抽出时间认真回复孩子的每一条信息。

一次，李桂玲出差半个多月，刚下飞机就匆忙赶往登封。路上，她还在想孩子们这段时间过得怎么样。当她走到学校门口，看见两个孩子眼巴巴地看着她，大声喊：“妈妈，你怎么这么久不来看我们！”李桂玲的眼泪一下子夺眶而出，紧紧抱起两个孩子。

她扶危济困，关爱他人，数次走进新密、新郑等地的贫困地区，长期为当地群众无偿提供文艺培训、送来文化用品以及扶持组建文化队伍。爱，已成为了她的习惯。

2015年2月，李桂玲在帮扶走访中得知，村民张朝旭自家生产的255公斤粉条滞销，当即伸出援手，将粉条拉回了郑州。此后，她发动文化志愿者献爱心，你买5斤，我买10斤，他买20斤……短短一下午时间，粉条销售一空。当她将5100元钱送到张朝旭手中时，对方连连致谢：“你们真是帮了我的大忙，我们全家感谢你们！”



更多中国故事
系列报道请扫
二维码

二维码

本报编辑 闫静 郎冰

邮箱 jjrbzggs@163.com



“切糕王子”：一勤天下无难事

本报记者 刘 麟

都是手工作业，出货慢、产量低，无法满足众多网购者需求。一个大胆的想法在阿迪力的脑海中萌芽：告别小作坊，成立公司，建立自己的生产基地，将切糕事业做大！

为让阿迪力圆梦，同学们帮着发放宣传单为他“招兵买马”，其就读的长沙理工大学帮着联系生产基地……2014年5月20日，承载着3位大学生创业梦想的梦想起航电子商务有限公司成立，“合伙三人组”变成了上百人的公司，大学生阿迪力收获“切糕王子”的昵称，一切开始步入正轨。

“在我的创业路上，抓住了大学生创业、互联网等机遇，相对比较顺利，但还有很多不易。”阿迪力告诉记者，看似蒸蒸日上的企业，每天都会面临新的挑战。他印象最为深刻的是去年的一次操作失误：原价35元的切糕被以0.35元的价钱秒拍4万份，公司面临20多万元的损失。经过协商，公司为共计7000多位顾客免费寄了一份切糕，并附上一封说明信，希望顾客可以理解。“结果，有大部分买家选择放交易；未放弃的，我们都予以发货，将损失控制在8万元以内。”阿迪力说，“对此，我们深刻地认识到，只有不断改进创新，企业才能越做越好”。

在产品研发方面，阿迪力煞费苦心，“我的梦想是把切糕推向世界，让每位品尝者都能感受到纯正的新疆口味，感受到民族大团结的爱与包容”。他请来食品专家，在传统切糕的做法上，不断创新切糕品种。目前，公司已上市核桃、巴旦木、红枣、综合四种口味，还有不少品种正在研发中。

事业渐入佳境，“切糕王子”有了新目标！“新疆有很多美味食物，我的最终目标是把‘切糕王子’品牌打造成新疆特产第一品牌，把纯正的新疆美食带出来，把民族大团结的爱传递出去！”阿迪力向记者描述着他的美好愿景：“现在，‘切糕王子’已入驻各大电商平台，并利用微信微博新媒体平台发展了500多个代理商。”切糕王子美食旅行“公众号”吸粉120多万人。依靠我们打造的互联网平台，今年，“切糕王子”把新疆本土的哈密瓜、坚果等特产纳入了销售范围，还研发了新疆羊肉串真空包装……”

阿迪力告诉记者，今年3月，公司以众筹方式完成1500万元A轮融资，将加大产品研发力度，拓宽推广销售渠道。“多一点努力，我们就会离成功更近一步！今年我们的新目标已确定：争取2017年上市。”26岁的阿迪力信心满满。