

激活“一池春水” 打造95后青年人才集聚“强磁场”

□ 记者 朱桓霖

青年因城市而聚，城市因青年而兴。在《中国城市95后人才吸引力排名2024》榜单中，常州位列全国第18名，较2023年上升三个位次。作为全国首批青年发展型县域试点，武进打造了一批青年发展友好单元，并通过场景链接举措，服务青年成长发展。截至目前，全区14~35周岁青年常住人口已达52万人，占总常住人口比例超过35%。

精准“引人” 让产业与青年“双向奔赴”

近年来，团区委全面落实青年发展主体责任，积极践行青年优先发展理念，着力完善青年“引育留用”生态闭环，不断推动青年与武进高质量发展同频共振。在过去的一年里，联结“青”“城”发展支撑点，通过校地共建研学、创新创业活动和常态化来武访学研学活动，全年吸引了400余名海内外高校青年来武，累计有300余名创业者、投资人、专家学者集聚武进，8个优质

项目达成落地意向，实现了清华大学、北京大学实践类课程教育基地双挂牌。同时，依托“嘉壹度”青年数字工场的建设，为更多项目转化落地武进打造全链条服务体系。“我们还计划通过搭建在武各高校校友圈，摸排全区校友企业，建立更有活力的校地引才机制。”团区委书记周铨表示，将用更广阔的创新空间吸引青年、凝聚青年、服务青年、感召青年。

精心“留人” 让城市与青年“合拍共鸣”

要想让青年人才真正留下来，解决“安居”问题是关键。今年22岁的颜涵是一名应届毕业生，想来常州寻找实习机会，她的第一站便是西太湖创客公寓内的青年驿站。“在青年驿站可以享受短期的免费住宿，这对刚毕业的我来说很友好。”颜涵说，在驿站能遇到很多同龄的朋友，大家一起交流面试经验，共同成长。

据了解，由团区委打造的

青年驿站是2024年区级民生实事项目——只要是非常州户籍，在本地无自有住房，且是毕业前后各一年内的应届毕业生，都可以通过“武小栖”小程序，申请3~15天的免费住宿。截至2024年底，我区已建成青年驿站25家，覆盖了5个乡镇街道和2个开发区，共收到申请921人次，通过审核234人次，累计为青年提供免费入住时长1063天，留武转化率最高达

30%。除了免费住宿外，团区委在服务上持续加码，2024年4月开设的首期武进青年夜校咖啡课程就吸引了超1000人关注，现已开展6期14场次，累计服务青年700余人次。此外，团区委创新打造“青年小店”15家，集结“社群主理人”11位，涵盖了骑行、户外、咖啡、露营、低碳、滑板等多个潮流生活领域，全方位满足青年所需所盼的城市体验。

精细“育人” 让智慧与活力“竞相迸发”

在青年人才聚集的产业园区，团区委持续依托场景配置，满足分众赋能。2024年9月，全区首个园区青年之家——“菁研汇”青年之家在工研荟科技产业园启用。启用以来，成功开展了company walk、“新”研学之旅、交友联谊等多场活动，成为了园区内青年职工们休闲充电的

“新营地”。“后续我们将进一步发挥整合引领作用，为园区内的创新创业青年提供全时期、全方位、多层次、一站式的服务赋能。”工研荟科技产业园团支部书记金泽豪表示，将通过5~10年，把园区打造成上市企业新高地、科创界的新苗圃、人才培育的新沃土和“专精特新”的

孵化器。”
面向未来，团区委将继续推动“试点”向“常态”全面升级，打造服务青年发展的全场景，将青年友好、科技创新、宜居宜业等元素刻入城市筋骨，打造八方青年近悦远来的梦想启航地，实现从“青年成长”到“青年有为”的蝶变。

擦亮“中国品牌” 助推企业“出海”

——记区政协委员、瑞鸿文化传媒常州有限公司董事长周建权

□ 记者 周洁茹

翻看广播电视节目，找寻提升空间；阅读政府工作报告，情系地方发展。区政协委员、瑞鸿文化传媒常州有限公司董事长周建权，深耕文化事业10余年，梦想是弘扬更多民族品牌、积极传播为民履职好声音。

做品牌建设的“推动者”

在本地公交车、地铁移动数字电视上，常能看到一档微纪录片《龙城匠心》，讲述着“龙城”常州中小企业家匠人匠心的故事。传播企业品牌强音的，正是周建权团队。

周建权最早在互联网行业发展，2010年来到常州创办企业，2015年企业转型，开始制作广播电视节目、承接各类国内广告业务。

为提升全民族品牌意识，自2017年起，我国将每年5月10日设立为“中国品牌日”。在这一背景下，企业借

助央视平台资源，参与制作《纪录品牌》栏目，周建权担任制片主任，从前期选题到后期制作，全程参与。

“为有提升品牌知名度、吸引潜在客户等需求的本地企业提供舞台，‘大屏+小屏’联动融合，用影像力量助推中国品牌走向世界。”周建权说。

制作两档栏目之外，周建权发力全媒体平台，为企业擦亮品牌。与专注自动化线材成型设备研发与生产的常州市辉廷机械有限公司合作10年，不仅在抖音平台为辉廷机械策划拍摄《工厂那些事儿》系列短剧，还引导企业以短视频形式打造产品说明书。

“以往企业需要分派员工

上门介绍产品性能、安装流程等，我们参与拍摄制作的短视频，能帮助企业免去部分人力成本，带来极大便利。”在周建权看来，做品宣就像是在为企业打造线上小型博物馆，利用好抖音、小红书等新媒体平台的同时，更要做好内容。

“输出好内容，人才是关键。”周建权更看重员工实战经验，企业招募的多是制作型人才，“很多员工都是从北京过来的，有丰富的编剧编导经历，产出过很多优秀作品。”

制作文化墙、运营新媒体、承办线下活动……周建权计划着，结合传统媒体与新媒体优势，赋能更多企业，助其走得更远。



当履职尽责的“代言人”

作为新当选的政协委员，周建权深感责任重大。深耕文化产业多年，他发现，武进区拥有许多行业领军企业、隐形冠军，但知名度却不算高。

品牌是企业市场竞争的关键资源，企业塑造品牌和良好形象，市场竞争力可得到相应提升，还能提高产品附加值，创造商机，降低营销成本。

今年区两会中，周建权提交了《如何加强和促进民营中小企业品牌发展》的提案。“我在分组讨论中了解到，泰州靖江走出了许多国际知名品牌，学习地方发展经验，我认为可

以从品牌塑造入手。”周建权说。

履职尽责、实干争先，为全区打造更多叫得响的企业品牌，周建权希望能带领团队及时了解新政策、关注行业热知识、多与本地企业打交道，找到更多“用武之地”。

“今年的政府工作报告中，我比较关注民生方面的内容，这关系到百姓生活的点点滴滴。”周建权表示，强化责任担当，做到“服务为民”，带领企业走在行业前列的同时，将主动聆听企业、群众声音，积极撰写社情民意信息，反映人民群众的需求和期盼，做好政府与群众沟通的桥梁。

委员实干显担当
勇争一流谱新篇