

文章编号:1001-8611(2022)06-0087-06

农业科研院所基层党组织联系服务群众机制的探索与实践

李捷¹ 陈晓强²

(1.江苏农林职业技术学院 句容 212400;2.江苏省农业科学院畜牧研究所 南京 210014)

摘要:密切联系群众是中国共产党三大作风之一,联系服务群众是党员忠实践行党的根本宗旨和群众路线的必然要求。文章以江苏省农业科学院畜牧研究所党支部创建“畜牧博士企业行”党建特色品牌为例,探讨通过党建品牌的建设推动党建与业务深度融合,引导党员联系服务群众的方法路径,总结提炼科研院所特色工作党建品牌化的有效经验和阶段成果,研究分析实践中存在的问题,并提出加强科研院所基层党组织密切联系服务群众的建议:党建引领,突出工作重点;搭好平台,夯实服务基础;抓好队伍,强化动力机制;做好宣传,营造浓厚氛围。

关键词:农业科研院所;基层党组织;联系服务群众;群众路线;党建品牌

中图分类号:D267

文献标识码:A

DOI:10.16849/J.CNKI.ISSN1001-8611.2022.06.022

1 背景

1.1 基层党支部联系服务群众的理论、政策依据
联系服务群众是无产阶级政党加强自身建设的内在要求,是践行全心全意为人民服务宗旨的客观需要,也是实现解放全人类这一根本目标的力量源泉。马克思、恩格斯认为:“无产阶级的运动是绝大多数人的、为绝大多数人谋利益的独立的运动”^[1]。中国共产党作为马克思主义政党,其本质决定了党和人民群众的关系是天然不可分割的。习近平总书记在纪念毛泽东同志诞辰 120 周年座谈会上的重要讲话中指出:“群众路线是我们党的生命线和根本工作路线,是我们党永葆青春活力和战斗力的重要传家宝。不论过去、现在和将来,我们都要坚持一切为了群众,一切依靠群众,从群众中来,到群众中去,把党的正确主张变为群众的自觉行动,把群众路线贯彻到治国理政全部活动之中”^[2]。2021 年是中国共产党建党 100 周年,坚持人民至上是党在长期实践中积累的宝贵经验。党的十九届六中全会审议通过了《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》,决议提出“紧紧依靠人民创造历史,坚持全心全

意为人民服务的根本宗旨,站稳人民立场,贯彻党的群众路线”^[3]。

2021 年,江苏省委印发的《关于响应党中央号召在全省党员干部中开展“两在两同”建新功行动的通知》(苏发〔2021〕16 号)和《关于响应党中央号召在全省党员干部中开展“两在两同”建新功行动的实施方案》(苏办厅字〔2021〕33 号)要求,在全省党员干部中开展“同人民想在一起、干在一起,风雨同舟、同甘共苦,在现代化新征程上建新功”行动。科研院所基层党组织是党的活动的基本单元,是确保党的路线方针政策和决策部署贯彻落实的基础^[4]。无论从理论、历史以及现实哪个层面来看,基层党组织与群众都是密不可分的,基层党支部服务群众的能力水平、党员干部的一言一行,都直接影响着人民群众对党的认知和评价^[5]。

1.2 科研院所基层党支部联系服务群众的重要性

1) 科研院所基层党组织建立联系服务群众长效机制是推动常态长效、贯彻落实新时代党的组织路线的必然要求,对于推动支部标准化建设水平不断提升有着重要意义^[6]。党员联系服务群众是增强党的执政能力的基础工程,坚持不懈践行党的群众路线

收稿日期:2022-07-05

基金项目:基于“红”“绿”融合的思政课教学改革与实践(20JDSZK100);江苏省农业科学院党建创新课题(DJ(2021)09)

作者简介:李捷(1992-),女,硕士,助理研究员。主要研究方向:高校思想政治研究。

陈晓强为本文通讯作者。

线、深入细致做好群众工作、把联系服务群众的阵地建在群众身边是科研院所党支部标准化建设的题中应有之义。科研院所基层党支部应把联系服务群众与中心业务工作紧密结合起来,在解决实际问题过程中引导教育党员、组织凝聚群众,保持党同人民群众的血肉联系。

2) 科研院所基层党组织建立联系服务群众长效机制是改进工作作风、激发党员干部担当作为的内在动力。服务产业、联系企业是农业科技创新的重要落脚点,企业和基层都是党员干部锻造历练、自我成长的沃土。做好巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接是脱贫攻坚与乡村振兴交汇和过渡时期的一项重大战略任务^[7]。农业科研院所是实施乡村振兴战略的“排头兵”,是打通“最先一公里”和“最后一公里”的关键队伍,科研院所基层党支部应改进工作作风,及时了解、收集基层一线技术难题,掌握企业发展动态,在联系服务群众的过程中全面展示农科人科研为农、服务为民的良好形象。

3) 科研院所基层党组织建立联系服务群众长效机制是坚守人民立场、回应群众关切的有效载体。筑牢农业农村现代化最深厚的基础在基层,夯实农业科技自主创新最广泛的基础在企业,基层群众对技能培训、增收致富等方面的需求较为迫切,企业对技术创新、转型升级的需求较为迫切。建立联系服务群众长效机制可以把服务的主阵地前移到基层和企业,顺应群众的所思所盼、企业的所需所求,解难题、办实事。

2 “畜牧博士企业行”党建品牌实践成效

江苏省农业科学院畜牧研究所党支部(以下简称“畜牧所党支部”)现有正式党员 57 人(无预备党员),占全所职工人数的 73.1%,党员占比高决定了党员队伍在畜牧所的发展中具有无可替代性^[8]。2018 年以来,党支部、党小组、创新团队组织开展了上百人次的“畜牧博士企业行”活动,尽管活动目标相同,但联系服务群众的实践模式各不相同,选取 3 个典型案例进行分析。

2.1 典型案例

1) 南京卫岗乳业有限公司:博士联企,互利共赢。南京卫岗乳业有限公司是国家农业产业化重点龙头企业、中国食品百强企业、江苏省先进乳品生产企业^[9]。畜牧所奶牛学科方向于 2018 年年初确定,尽管学科人才结构合理,科研资源丰富,但成立伊始也面临着学科积淀有限、科研经费不足、平台建设落

后等诸多问题。同年 5 月,江苏省农业科学院与南京卫岗乳业有限公司合作共建江苏奶业产业研究院,产业研究院在为团队提供研究课题的同时,也为团队成员提供了常态化开展“畜牧博士企业行”活动的平台。利用该平台,双方合作不断深化,合作领域不断拓展,合作成果不断涌现。双方联合组建了“南京 DHI 中心”,团队成员驻企办公,有效支撑了卫岗乳业奶牛种质提升及周边省份奶业发展。团队充分利用企业牧场资源平台,在乳肉兼用牛培育、高产荷斯坦牛快繁技术研发、奶牛繁育新技术探索和种质创新支撑等研究领域不断取得新的突破。

“博士联企,互利共赢”是“畜牧博士企业行”党建品牌活动在南京卫岗乳业有限公司实践的特点。其实践路径是以企业行活动为载体,通过产业研究院的平台,将科研院所和企业打造成“命运共同体”。企业了解最前沿的市场需求,科研人员了解科学技术的最新方向,“畜牧博士企业行”活动充分发挥两个主体的组合优势,研究所的科技资源全方位向企业开放,既能提高党员干部联系服务群众的实践技能和创新能力,也使得企业因整合资源、集聚优势而提高产能、发展迅猛,科企双方最终实现完整互促的双链螺旋上升。

2) 江苏立华牧业股份有限公司:博士解题,企业阅卷。江苏立华牧业股份有限公司是国家级农业产业化重点龙头企业、国家级农业标准化示范区,2019 年在深圳证券交易所上市。2020 年,江苏省农业科学院立华农业产业研究院成立,研究院办公室、会议室、实验室均设在畜牧所。此后,“畜牧博士企业行”的活动实现由点到面的突破,其内涵不断升华。以畜牧所为大本营,支部不仅调动全所的学科资源,更汇集全院各领域的博士专家形成“博士智囊团”,实时为企业解难题、谋发展持续提供解决方案。立华南京农业产业研究院有限公司注册成立后,支部第一时间组织江苏省农业科学院畜牧所养猪团队、兽医所猪病防控团队、装备所设施环境工程团队、加工所畜禽产品加工团队和原资环所农业废弃物综合利用团队的博士、专家赴常州立华牧业股份有限公司开展企业行调研、交流。2021 年 7 月,产业研究院公司发布第一批技术需求,江苏省农业科学院科技人员勇敢“揭榜”,并带来 7 个解决方案,获得企业和市场高度关注。

“博士解题,企业阅卷”是“畜牧博士企业行”党建品牌活动在江苏立华牧业股份有限公司实践的特点。其实践路径是以企业行活动弥补科企双方“信

息不对称”的缺口,帮助企业完善需求汇集、发布机制,由企业针对实际生产中的重点、难点技术问题凝练悬赏标的,不定期发布榜单任务并择优进行支持,或根据榜单任务由企业及相关团队沟通后直接定榜,待项目攻关成功后率先在企业推广应用。支部鼓励和支持党员干部勇于“揭榜”做模范,敢于担当解难题。这种企业出题、专家答题的方式,促使服务对象从单个企业向集团企业转化,服务内容从单一技术向技术体系转化,服务范畴从单项服务向全面服务转化,让科技人员的研究更贴近企业、产业和市场需求,从机制上打通了党员干部为企业办实事的通道。

3) 江苏桂柳牧业集团:博士授渔,助企富农。江苏桂柳牧业集团是农业产业化国家重点龙头企业,集团采用“公司+农户”的经营模式。2018年,在党建品牌初创摸索阶段,支部曾组织第一批博士团前往企业调研。此后,畜牧所家禽团队一直为企业提供技术服务。2020年,支部再次筹划入企调研,双方开展座谈交流并经友好磋商,成功迈出正式合作的第一步。团队从企业发展规划和市场需求出发,为桂柳量身打造了一套种鹅反季节高效繁殖和高效杂交生产技术体系,并不定期组织专家上门授课,为企业高管、技术人员提供专业化、精细化的科技服务。与此同时,团队坚持对点到户指导,针对不同养殖户在养殖过程中遇到的难题,采用线上“问诊把脉”、线下“对症下药”的服务方式,为所有养殖户提供“保姆式”全过程跟踪指导,与农户面对面、教农户手把手,点穴式帮助解决田间地头最直接的困难。不到1年的时间,家禽团队就完成了合作的既定指标,交出了反季节繁殖技术提高产蛋数30%以上的亮眼成绩单,赢得了企业和农户的信任,奏响了当地鹅产业脱贫致富的“向天歌”。

“博士授渔,助企富农”是“畜牧博士企业行”党建品牌活动在江苏桂柳牧业集团实践的特点。其实践路径是通过企业行活动牵手带动能力强的农业龙头企业,为其个性化设计产业发展规划,助力企业拓展和延伸产业链,着力提高企业生产的规模化、集约化、专业化、标准化水平和可持续发展能力,引导龙头企业发挥好“链主”作用,与企业联手将跟踪式管理、保姆型服务持续辐射带动给农民专业合作社、家庭农场、养殖散户,保障畜禽产业健康发展和农民群众的稳步致富。

2.2 实践成效

1) 联系产业办实事,为民服务有了新提升。为

民服务始终是当前和今后一个时期党的工作的重要内容,考虑到产业化、企业化、规模化、智能化是畜牧业的常态,畜牧所党支部联系服务群众不能只是坐在办公室里搞调研,靠着凭空想象或者是死板的文字报告等“为民分忧解难”。通过创建“畜牧博士企业行”党建品牌,党支部找到了发挥党支部战斗堡垒作用和党员先锋模范作用、破解脱离群众危险的有效途径和方法。自2018年“畜牧博士企业行”党建品牌创建以来,党员干部参与活动人数、服务次数和服务总时长逐年增加,2021年更是呈现大幅跃升的态势(见图1~图3)。

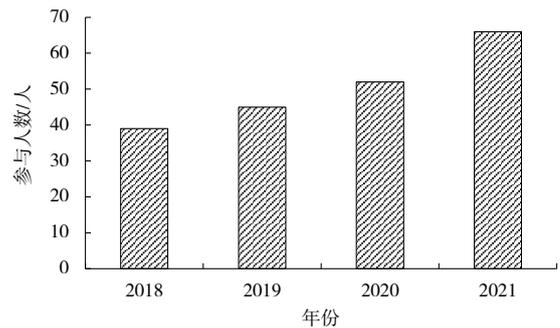


图1 2018—2021年畜牧所党支部“畜牧博士企业行”参与人数

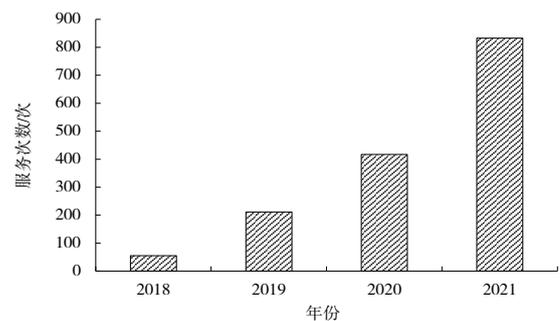


图2 2018—2021年畜牧所党支部“畜牧博士企业行”服务次数

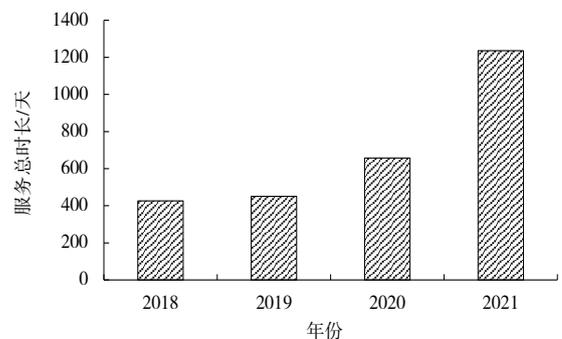


图3 2018—2021年畜牧所党支部“畜牧博士企业行”服务总时长

党员干部通过企业行活动体察民情、破解企忧,既解决了以往支部党员不下基层、科研选题不接地

气的问题,也搭起了科企、干群之间的“连心桥”,让科研院所的科技创新工作与国家的发展、产业的升级、人民的利益同向同行。

2) 工作作风大转变,党性锤炼有了新提高。深化作风建设是实现全面从严治党的的重要举措,是解决形式主义、官僚主义等问题的钥匙,更是建设高水平国际化现代科研院所的强烈要求。畜牧所年轻党员占比高,年轻干部处在成长的“黄金期”,尤其需要脚踏实地、务实作风。实施“畜牧博士企业行”党建品牌活动,将党的组织资源转化为服务资源,组织优势转化为服务优势,组织活力转化为服务活力,推进党支部工作向基层延伸、向社会辐射,增强了党的凝聚力。“畜牧博士企业行”活动的持续开展也刹畜牧所浮躁之气,大兴务实之风,科研人员的选题更加“实用”,研究成果更重视转化应用,以创新质量、社会贡献为导向的人才评价体系初步建立。生产一线成为党员干部服务群众的“练兵场”、强化责任的“加油站”、历练党性的“大熔炉”、锤炼宗旨的“磨刀石”,广大党员的党员意识、宗旨意识,责任感、光荣感不断增强。

3) 党建业务深融合,科技服务有了新突破。科研院所基层党组织的党建工作落地难,党建工作和中心业务工作存在结合不紧密、融合不顺畅的问题。“畜牧博士企业行”党建品牌的创建从根本上破解了畜牧所党建、业务“两张皮”的问题,强化党建在科技创新事业发展中的引领作用,真正意义上实现了党建与业务工作相互促进、同向而行、同频共振、互相双赢的效果。同时,通过企业行活动把人才真正“汇起来”,整合优势资源,打通了企业技术需求与科技人才的对接通道,党支部可以按照任务的实际需求统筹优化人员配置,快速、精准、高效地将全所乃至全院人才进行“组合搭配”,为科技服务和成果转化工作的高效开展提供了有力的支撑。自2018年“畜牧博士企业行”党建品牌创建以来,畜牧所技术服务收益到账金额逐年提升,2021年创历史新纪录(见图4)。

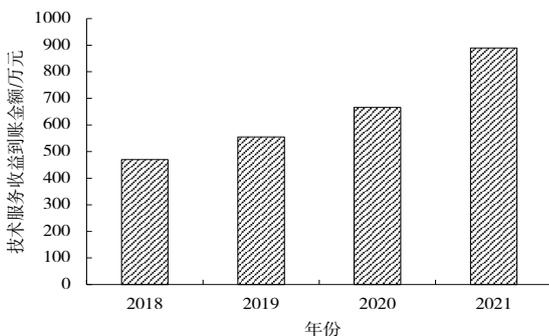


图4 2018—2021年畜牧所技术服务收益到账金额

3 “畜牧博士企业行”党建品牌创建中存在的问题

“畜牧博士企业行”党建品牌创建3年,虽然取得了一定的成效,但距离实现党员常态化密切联系服务群众的品牌建设目标仍有一定差距。

3.1 保障机制建设不全 在畜牧所开展“畜牧博士企业行”活动过程中,服务的评价、激励、反馈和监督等保障机制不够健全的制约显得尤为突出。目前,“畜牧博士企业行”基本形成了“支部统筹、小组行动”的点面结合实践活动模式,但支部尚未建立相应的动态管理机制和配套的约束激励机制,党员干部的执行意识和执行能力还有待进一步增强。在考核结果运用上,企业行活动成效没有与团队科研业绩目标考核挂钩,导致个别党员积极性不高,整体工作平淡,缺乏特色、亮点。

目前,以党小组为单元组织的企业行活动经费主要从小组成员所在团队的科研项目经费中列支,在经费保障机制尚未健全的情况下,团队常态化、规模化开展“畜牧博士企业行”活动的积极性有所弱化。另外,个别创新团队在联系服务过程中各自为战的现象仍然存在,所层面内部服务信息流通不畅,跨团队、跨学科资源整合情况不够理想。

3.2 先进典型宣传不足 要擦亮“畜牧博士企业行”这一党建品牌,不仅要有实干实效,也要提炼工作亮点,做好典型宣传,但目前支部对“畜牧博士企业行”的好经验、好做法总结提炼不够,工作特点、亮点宣传并不突出。3年来,在“畜牧博士企业行”对接产业、服务企业、联系群众的活动过程中虽然出现了像卫岗、桂柳、立华这样的成功案例,也涌现出了一批企业满意、群众拥戴的先进典型,但支部对这些成功案例和先进典型聚焦挖掘不够,对品牌创建过程中的基本经验、普遍规律总结不及时,对优秀做法的深入剖析不足,缺乏全方位、有深度的宣传报道。

畜牧所现有的宣传以所网、院网和院微信公众平台为主,宣传表现手法单一,典型人物刻画不够丰满,新闻报道的吸引力和感染力不足。各创新团队、党小组宣传意识不强,宣传频率低,对活动过程中的亮点、特色捕捉不足,鼓励先进和鞭策落后的宣传质效不明显。

3.3 品牌推广范围不广 党员干部品牌认知度、服务对象品牌认可度、社会公众品牌了解度是评价和衡量畜牧所党支部“畜牧博士企业行”党建品牌的三个维度。目前,“畜牧博士企业行”活动赢得了干部

职工的信任和服务企业的认可,完成了第一维度和第二维度的目标,但品牌尚未面向全院甚至全社会推广,社会层面的其他群众对“畜牧博士企业行”品牌了解不深,品牌影响力不大、知名度不高,党建品牌辐射作用发挥有限。

“畜牧博士企业行”是畜牧所党支部创建的首个党建品牌,一个精品党建品牌的基本特征是可复制、可推广、可检验的,其品牌价值不止于亮“点”,更在于拓“面”^[10]。为此,支部还要继续做好品牌推广和完善工作,对“畜牧博士企业行”党建品牌价值进行再深挖、再提炼,形成“打造一推广一反馈一整改一完善”的工作回路,通过党建引领畜牧所科技创新事业高质量发展。

4 科研院所基层党组织密切联系服务群众的建议

支部党员通过企业行活动联系服务群众的实践证明,党建品牌做与不做,做得好与不好是完全不一样的。在“畜牧博士企业行”党建品牌的指引下,畜牧所党支部走出了一条“党建引领、产研融合、惠企惠民”的新路子。支部3年的工作实践,丰富了党建工作内涵,激发了党员队伍活力,交出了群众满意的成绩单,对科研院所基层党组织建立联系服务群众长效机制具有借鉴意义。

4.1 党建引领,突出工作重点 建立科研院所基层党组织联系服务群众长效机制要始终坚持党建引领创新发展这一基本原则,围绕服务科研院所中心工作来谋划、组织、推动。党支部要拟订工作方案,制订详细计划,做好明确分工。发挥党小组“细胞组织”的纽带作用,以党小组为先锋,以创新团队为源泉,坚持党的建设和团队建设互联互通,多维联动,同向发力^[11]。

党建引领是路径,服务群众是重点。科研院所基层党组织联系服务群众要坚持目标导向、问题导向和结果导向。根据专业所研究方向、团队设置和学科特性,设计常态化服务机制载体和工作循环体系,以切实有效的组织体系串联起党员干部和群众,以服务机制为抓手,对群众的诉求问题从搜集、研判、解决、反馈,到再搜集、再研判、再解决、再反馈,形成动态循环格局,确保党员联系服务群众工作同加强现代科研院所建设工作在目标上的一致性、任务上的统一性和效果上的互促性^[12]。

4.2 搭好平台,夯实服务基础 建立科研院所基层党组织联系服务群众长效机制要搭建更多有利于科

企合作、协同创新、便民服务的平台,以平台聚人才,以平台办实事、以平台促创新。科研院所要主动对接地方政府、上下游企业,合作共建产业研究院,探索以产业链、创新链、服务链深度融合为纽带的创新联合体,完善“揭榜挂帅”“竞争赛马”机制,促进科企资源要素的精准对接,推动科技与经济、成果与产业、科学家与企业家的深度融合。

以党组织资源的整合带动学科资源和社会资源的整合,将各专业所、各团队、各方向的人才纳入服务体系,通过平台的桥梁纽带作用,逐步形成服务主体多形式、服务内容多样化、服务对象多元化的科技服务网络。以龙头企业为核心,在乡村振兴中推动党员干部做到产业对接到企、服务辐射到户,打通科技成果落到百姓家的“最后一公里”^[13]。

4.3 抓好队伍,强化动力机制 建立科研院所基层党组织联系服务群众长效机制要统筹党员干部队伍建设,以“赶考精神”打造一支理念先进、服务能力突出的工作力量,支部书记把握全局“抓总”,支委、党小组长、团队负责人分工“抓实抓细”。通过党员学习教育,传承弘扬“亚夫精神”“磨林精神”,增强党员干部身份意识、忧患意识和使命意识,畅通政策、压力传导,将科研为农、服务为民精神灌输到党组织的神经末梢。

建立激励约束保障机制,以制度确保干与不干不一样、干多干少不一样、干好干坏不一样、主动干与被动干不一样、因循守旧与改革创新不一样,增强党员联系服务群众的内动力和外驱力^[14]。建立和完善评价监督机制,多层次、多渠道收集反馈信息,广泛听取干部职工、同行专家、上级部门、服务对象的评价,对党支部和党员联系服务群众效果及时进行评估,并将其作为支部党员民主评议的重要依据和标准,表彰先进,弘扬正气。

4.4 做好宣传,营造浓厚氛围 建立科研院所基层党组织联系服务群众长效机制要充分运用宣传媒体,不断在深度、广度、关注度上做文章,形成良好舆论导向,营造良好工作氛围和社会环境^[15]。宣传推广的过程中要把握重点、亮点,丰富宣传内容,创新宣传载体,拓宽宣传渠道。要主动加强与院外省级媒体、网络自媒体的联系,积极提供宣传线索和素材,提高支部和党员曝光度,增强宣传效果,提高社会效益。

全面总结支部联系服务群众的经验和成果,提炼固化长效机制并系统推广,鼓励党员干部立足实际积极探索新办法、新措施。开设党员服务展示专栏,制作宣传推广视频,着力推介服务一线的新鲜经验

和涌现的先进典型,用身边事教育身边人,破除少数个别“看客”心理,激励干事创业精气神。

5 参考文献

[1] 翁志勇.马克思主义经典原著选编导读[M].上海:上海大学出版社,2004:8

[2] 唐洲雁.从宽广的历史视野科学评价毛泽东和毛泽东思想——学习习近平总书记在纪念毛泽东诞辰120周年座谈会上的重要讲话[J].毛泽东思想研究,2014,31(2):14-17

[3] 佚名.中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议[N].人民日报,2021-11-17(1)

[4] 张国良,宋晓龙,胡梅.农业科研院所提升基层党组织组织力的对策研究[J].农业科技管理,2019,38(1):86-89

[5] 彭成彦.基层党组织联系群众的机制研究[D].上海:上海交通大学,2016:118

[6] 汪仕凯.“新群众”和“老传统”:新时代中国共产党治国理政中的群众路线[J].探索,2020(2):107-118

[7] 吴敏.脱贫攻坚与乡村振兴有机衔接研究[J].各界,2020

(上接第52页)

[4] 徐捷,周帅,刘佳伦,等.渔业科研试验基地建设项目前期工作中存在的问题与对策[J].农业科技管理,2021,40(5):44-46,53

[5] 石磊,李克民.农业科研试验基地管理初探——以中国农业科学院作物科学研究所试验基地为例[J].农业科技管理,2015,34(2):55-58

[6] 范金平,陈刚,蒋文林,等.农业科研基地选址与规划的实践与思考——以江苏里下河地区农业科学研究所为例[J].农业科技管理,2021,40(1):51-54

[7] 方松,赵红萍.我国农业基建中央投资管理特点分析及农业科研机构条件建设研究[J].中国渔业经济,2016,34(4):108-112

[8] 李文刚,王英华.建设智慧农业试验基地的实践与思考——以山东省农业科学院济阳综合试验示范基地为例[J].农业科技管理,2021,40(4):64-66,91

[9] 战徊旭,胡海洲,孟霖,等.关于提升农业科研试验基地

(上接第79页)

[12] 于大伟.农业科研单位青年科技人才队伍建设现状及对策思考——以中国农业科学院青年科技人才队伍建设为例[J].理论观察,2019(12):89-91

[13] 银丽萍,张向前.面向2035年我国青年科技人才荣誉激励研究[J].经营与管理,2021(3):129-132

[14] 刘志强,陈旭婧.科研人才评估研究——基于国内外先进经验的借鉴[J].科技与创新,2020(23):92-93

[15] 王佳匀,于璇,汪雪锋,等.优秀青年科技人才成长典型特征分析:以优秀青年科学基金资助者为例[J].中国科

(6):23-24

[8] 李捷,何绍平.高质量党建引领科技创新事业发展的路径探索——以江苏省农业科学院畜牧研究所党支部工作为例[J].农业科技管理,2021,40(4):92-96

[9] 曾华清,高原.百年企业 品质坚守——中华老字号南京卫岗乳业打造高品质安全牛奶纪实[J].食品安全导刊,2013(16):21-24

[10] 韩强,谭建.基层党建品牌化建设思考[J].中国特色社会主义研究,2014(2):90-93

[11] 本书编写组.新形势下党的建设[M].北京:中央编译出版社,2009:19

[12] 县域社会治理沂水新实践课题组.干部直接联系群众沂水实践[J].西部大开发,2014(10):50-53

[13] 闫傲霜.打通科技成果转化“最后一公里”[J].前线,2011(12):44-45

[14] 仲凤笔.努力推动干部新担当新作为[J].党建研究,2019(5):49-50

[15] 陈伟江.新媒体环境下加强党建新闻宣传工作的对策研究[J].传播力研究,2018,2(20):209

管理水平的探讨——以中国农业科学院烟草研究所试验基地为例[J].农业科技管理,2017,36(1):39-42

[10] 王启现,任德芹,邱国梁.农业科研试验基地的基本功能与主要分类[J].安徽农业科学,2018,46(5):215-217,222

[11] 陈水胜.水产科研基地建设与管理探析[J].中国水产,2019(2):54-56

[12] 刘蓉蓉.农业科研试验基地的功能定位与运行管理探讨——以中国农业科学院植物保护研究所为例[J].农业科技管理,2021,40(4):60-63

[13] 杨力钢,巩文红,李国锋.国内农业科研院所试验基地运行模式初探[J].农业科技管理,2018,37(5):32-34,50

[14] 姚治榛,赵林萍,王芳,等.农业科研单位基建项目现状、问题及对策建议——以中国农业科学院农业资源与农业区划研究所为例[J].农业科研经济管理,2020(4):24-29

[15] 李文刚,王英华,曲树杰.有效发挥农业科研试验基地功能的思考——以山东省农业科学院济阳综合试验示范基地为例[J].农业科技管理,2019,38(4):35-38

学基金,2021,35(2):290-297

[16] 欧阳申明,吴彦澎.农业科技人才队伍建设的实践与思考——以北京市农林科学院为例[J].人力资源开发,2021(4):10-11

[17] 佚名.深化人才发展体制机制改革论学习贯彻习近平总书记中央人才工作会议重要讲话[J].人力资源开发,2021(21):1

[18] 甘水玲,何西亮,王倩倩.青年科技人才成长环境评价——基于对上海市453名青年科技人才的调查[J].人力资源开发,2021(3):11-14