

一周新闻点评

优势互补,银发族就业不是跟年轻人“抢饭碗”

新闻摘要:在近日我市举行的银发经济专场招聘会上,76家用人单位带来273个职位,招聘需求3608人。最终,有900多人进场求职,各单位收到就业意向近600人次。从南通实际来看,有很多紧缺岗位,如急速发展的养老市场、传统支柱纺织服装及建筑产业等,对银发人群有着较大需求。(10月16日《南通日报》)

点评:如今年轻人都面临不小的就业压力,再来开发老年人的就业资源,会不会抢了年轻人的饭碗?其实这种担忧有些多余。老年人和年轻人,各有擅长的领域和技能,谁也不能取代谁。鼓励银发族就业,既有利于个体身心健康,也有利于社会发展。比如面对多样化、多层次的养老服务需求,“小老人”在照顾“老老人”时,就更有经验和同理心。关键要在“闲置”的银发人力资源和有需求的用人单位之间,搭好沟通的桥梁,相关的服务保障制度建设也要跟上。

公共收益算成“明白账”,业主参与和知情是关键

新闻摘要:近期,我市多个小区将公共收益分给业主引发关注。电梯广告收入、道闸广告收入、停车位收入……使用居民小区公共配套设施产生的收益均归业主共有。而这些收益怎么管理,又该如何使用,是公众较为关心的话题。(10月18日《南通日报》)

点评:有的小区在给业主发钱,而有的小区连物业费都收不齐,真是“小区比小区,气死人”。虽说不同的小区情况各不相同,不可同日而语,但说到底,业主自身的合法权益关键得靠自身参与、知情,才能得到保障和维护。比如说,没有业委会的小区首先要想方设法成立业委会,加大对业主进行相关法律法规的普及和宣传。打铁必须自身硬,都想着“下山摘桃”,恐怕是不行的。

办出特色和口碑,夜校小阵地可有大作为

新闻摘要:今年市文化宫启动的“职工夜校”项目,已举办4期,共9种门类108门课程,服务职工1536人次,不少人是多次报名。夜校项目精准对接职工多样化需求,常态化开展丰富多彩的培训课程,打造职工素质提升的公共服务平台,让职工的业余生活更加有“知”有“味”。(10月16日《江海晚报》)

点评:职工夜校“圈粉”了不少回头客,这是好现象,说明办得有吸引力。不过相比较我市庞大的职工群体,夜校的覆盖面还有待扩大。既需要充实夜校的办学力量,也需要把思路打得更开些,社会资源挖掘得更充分些,宣传推广渠道更丰富些,多开展调查研究,多听取职工意见,把夜校办出特色和口碑,才能满足职工不断增长的精神文化需求。

扬长避短,让人工智能在公共服务中挑大梁

新闻摘要:市数据局17日消息,“晓通”智能问答平台已在“南通市人民政府”网站(www.nantong.gov.cn)正式上线,综合运用人工智能等新技术,全天候为网民提供精准、高效、安全的信息检索和办事服务。网民通过江苏政务服务统一身份认证系统,即可实现登录并与“晓通”智能问答机器人展开对话。(10月18日《江海晚报》)

点评:相信无所不通的“晓通”上线,将使我市政务服务水平再上新台阶。我们既要看到人工智能高效、智能、便捷的特点,充分发挥其为公共服务行业带来的积极影响,也要看到其在公共服务领域所面临的挑战,比如人机关系平衡、隐私保护、安全风险、算法偏见、技术依赖等等,还要帮助公众尤其是老年等特殊群体跨越数字鸿沟。只有这样,才能让人工智能在公共服务中挑大梁,不断增进民生福祉。

(点评人:邓渠)

有温度的观点
有思想的声音

本版欢迎广大读者赐稿

投稿邮箱:ntrbfocus@163.com



让党群服务阵地有“面子”更有“里子”

□汪捷

近日,习近平总书记安徽考察时强调,强化党建引领,坚持和发展新时代“枫桥经验”,提升基层治理效能。民生服务是基层治理的“必答题”,党群服务阵地是基层党组织服务群众的重要堡垒,各级党组织应不断提升党群服务阵地效能,让党群服务阵地有“面子”更有“里子”。

因地制宜,打造群众身边的红色地标。党群服务阵地作为党组织与群众之间的桥梁和纽带,其选址与布局若过于偏远或隐蔽,将制约功能的充分发挥,使得服务效能大打折扣。规划党群服务阵地应深入调研,充分考虑区位优势、人群特征、功能定位等因素,兼顾灵活性和可及性,综合利用公共

空间,让便民、近民、亲民的党群服务站遍地开花,让党员群众“抬脚即达、推门即见”。在外观设计上,既要遵循党群阵地标识的标准规范,又要凸显服务特色,注重个性化表达。通过电子地图、夜间亮化等技术手段,将党群服务阵地变为城市中一道亮丽风景线,让党员群众“找得过来”更“找得容易”。

丰富内涵,建强多元共融的服务载体。当前,党群服务阵地功能场景与时俱进,红色书吧、歇脚茶吧、百姓聊吧等公共服务空间正不断满足党员群众日益多元化的需求。服务是党群服务阵地的生命线,只有提高服务水平、创新服务模式、丰富服务内容,才能让党群

服务阵地真正成为党员群众“生活离不开、情感离不开、心理离不开”的精神家园。要围绕党员群众的生产生活需要,打造集业务办理、学习教育、文化娱乐、健康休闲、民意交流等功能于一体的综合性服务平台。同时,引导各领域党组织、各类型社会组织和群众性团体针对不同人群需求,积极开展“爱心托班”、技能培训、居家养老等近民、亲民、助民的服务项目,实现各功能室“常开常新”、各尽其用,让党员群众“愿意来”“主动来”。

建强队伍,凝聚众志成城的治理力量。党群服务阵地建好是前提,管好是保障。只有配备精干的工作队伍,健全管理制度,党群服务阵地的功能作用才

能最大限度发挥。要加大管理服务人员培训力度,完善阵地管理制度,明确职责分工,公开服务事项清单,公开服务流程,确保各项工作有人抓、有人管、有成效,努力让群众“最多跑一次”“一次就解决”。常态化开展在职党员“双报到”活动,健全完善“吹哨报到”机制,推动资源下沉、干部下沉、力量下沉。充分挖掘吸纳本辖区的“贤者”“能人”及各类社会组织、志愿者等力量,不断充实壮大服务队伍。注重发挥群众的主体作用,广泛听取群众意见、吸纳群众智慧,通过契合群众需求,增强服务项目的精准度和吸引力,真正让党群服务阵地“大门常开、活动常办、群众常来”。

(作者单位:如皋市委组织部)

电商直播,应成为新农人的“新农具”

□张敏琦

民生的重要方法。

在“互联网+”快速发展的背景下,农村电商虽然取得了阶段性成绩,但从整体上来看,农村电商还未实现行业发展的精准化、规模化、长远化,存在基础设施不健全、农产品质量不高、缺乏品牌建设意识、带货主播素养不高以及直播互动方式单一等问题,这在一定程度上阻碍了农村电商的良性发展。

要实现农村电商的可持续发展,最关键还是要提高农产品质量。这就要求,一方面政府及相关单位要建立健全农产品的生产规范,拓展农产品的销售种类和对外加工产业链;另一方面,各地方政府以及农产品生产加工的企业要重视农产品的品牌建设,依据当地地域特色,打造具有地域

特色的农产品品牌,积极引导农产品生产走差异化道路。此外,在一些直播带货条件发展较好的农村地区,可以开设专门的培训班,提升主播的专业素养能力。对于一些有一定专业技术知识的本村村民,可以对其进行专业技能培训,提升他们的带货表现力和理解力,推动农村电商专业发展的同时,也能提供就业机会,形成农村电商良性发展的局面。

在农业发展领域,电商直播带货的方式成为新农人的“新农具”,为农业经济发展带来了全新的活力。当然,电商直播带货作为“互联网+农业”发展的重要内在动力,不能仅仅作为一种昙花一现的农产品销售模式,而应进一步增强主体责任意识,使其成为一种常态化的农产品销售模式,以此推动农村经济繁荣发展。

以服务消费为抓手激发消费动能

□王孝誉 唐铁华

主要增量来源。

近年来,随着经济社会不断发展,人们的生活水平不断提高,我市居民的消费结构也发生了巨大变化,服务消费保持较快增长,成为扩大消费的主要动力。但从总体上看,我市目前服务消费占居民消费比重仍然偏低,具有较大的发展空间和潜力。为此,必须着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境,激发服务消费内生动力,为经济高质量发展提供有力支撑,以更好满足人民群众个性化、多样化、品质化的服务消费需求。

提高居民收入水平,是促进消费的首要前提。而居民收入的增加,最根本的是要有高质量的充分就业。要培育产业链更完整、带动就业能力更强的支柱产业。依靠产业带动,进一步提升就业容量,创造更多就业机会,多渠道增加城乡居民收入,才能增强居民

的消费底气。进一步完善大众创业、万众创新有关政策安排,形成以创业带动就业的运行机制,为增加居民收入打下坚实基础,稳定和

提升居民消费能力。餐饮住宿、家政服务和养老托育等是居民基本的服务需求,消费潜力较大。要提升餐饮服务品质,培育名菜、名小吃、名厨、名店,打造“网红”“爆款”产品。传承发扬传统烹饪技艺和餐饮文化,坚守南通“老味道”。

坚持“强二产带一产促三产”发展理念,引导小吃产业链上下游企业加强协作,积极培育从生产种植、加工销售到物流配送、餐饮服务及文旅康养的全链条小吃产业,加快形成规模体量大、专业化程度高、延伸配套性好、支撑带动力强的特色小吃产业集群。深入挖掘乡村特色美食资源,发布乡村餐饮美食指引,因地制宜打造“美食名镇”“美食名村”。推动

家政进社区,增加家政服务供给。深化“江海好阿嬷”“爱育通城”等品牌建设,推动家政、托育、物业、家装消费服务提档升级。南通素有“长寿之乡”美称,银发市场有着广阔发展空间。要把握时机,顺势而为,大力发展银发经济,促进智慧健康养老产业发展。

进一步增强服务消费动能,创新服务消费场景,激发居民消费意愿。开展服务消费提质惠民行动和服务消费季系列促消费活动,持续打造服务消费热点,推动服务消费向高品质、高标准提升。激发文化娱乐、旅游、体育、教育培训、居住服务等改善型消费活力,培育壮大数字、绿色、健康等新型消费。优化服务消费环境,加强服务消费监管,引导诚信合规经营,营造公平公正的市场交易秩序,健全消费者权益保护机制,释放服务消费潜力,促进服务消费高质量发展。

观点声音

“中国古人讲‘同舟共济’,现在国际社会则需要‘同球共济’。”日前,在会见出席中国国际友好大会暨中国人民对外友好协会成立70周年纪念活动外方嘉宾时,习近平主席向国际社会发出加强友好交流、携手构建人类命运共同体的真诚邀约。环顾我们赖以生存的地球,安全失序、发展失衡、治理失效日益突出,热点冲突、大国对抗、地缘矛盾此起彼伏。新一轮巴以冲突让加沙地带变成“人间炼狱”;天灾人祸让贫穷国家陷入“饥饿危机”;保护主义、单边主义大行其道,一些大国执意挑动阵营对抗,拖累全球经济复苏……世界百年未有之大变局的种种乱象,叩问世人良心,一次次揭示着“同球共济”的重大意义:面对各种全球性挑战和风险,没有任何国家可以独善其身、独享安全。身处同一个地球家园,各国人民理应团结起来,共同应对变乱交织的国际形势和层出不穷的全球性挑战。习近平主席倡导的“同球共济”精神,诠释着人类命运共同体理念,也为时代之问、世界之问给出了中国答案。它源于中华文明亲仁善邻、协和万邦的处世之道,蕴含着“同舟而凌波,至其相救助如一也”的古老智慧;它同新中国的外交传统一脉相承,具有鲜明的中国特色。从倡导和平共处五项原则到作出“和平与发展是当代世界的两大主题”重大判断,从推动构建人类命运共同体到提出全球发展倡议、全球安全倡议、全球文明倡议……在变动的时代激流中,“为世界谋大同”始终是中国外交不变的担当,是中国外交孜孜以求的努力方向。中国倡议“展现了对全球治理的远见卓识和责任担当,为世界各国紧密合作、互利共赢指明了方向”,聆听习近平主席讲话,外方嘉宾纷纷对中国理念表示认同。大道之行,天下为公。“同球共济”承载的,不仅是中国兼济天下的真诚愿望,也是各国人民共创未来的美好心愿。各国同心协力,一定能把我们共同生活的地球建设成一个和平、和睦、和谐的大家庭!

——新华网《辛识平:“同球共济”意蕴深远》

“取消一切对各级检察机关特别是基层检察机关的不必要、不恰当、不合理考核”,日前,最高检召开会议研究加强和改进检察管理、为基层减负措施,决定不再执行检察业务评价指标体系,令不少人拍手称快。“问题在下面,根子在上面。”根据最高检介绍,一些检察机关、一些检察人员过于关注数据指标、考核排名,把工作着力点放在片面追求数据好看、排名靠前上,没有把注意力集中在高质效办案上。究其原因,不当考核是重要因素。从宏观层面上看,近年来,中央三令五示为基层减负,但一些基层仍不得不“负重前行”,甚至陷入“越减负担越重”怪圈,归根到底,也在于“指挥棒”指挥不当,一些地方和部门暴露出的“当考的不考,不当考的多考”等问题不容忽视。对“不当考核”动真格,既要坚持问题导向,也要坚持效果导向。业务数据的重要性毫无疑问,关键是要运用得当,充分发挥其分析研判功能,进而提升业务能力水平,切勿成为限制基层干部干事创业的束缚。更进一步,要切实把科学、合理、有效的考核体系建起来,把重实绩、重担当的考核导向树起来,才能既为基层干部松绑减负,又让他们更有干劲、更有奔头。

——南方日报《对“不当考核”要动真格》

近日,两名大学生帮火车上的站票妈妈抱娃一整夜的视频走红网络。当被问及感受如何,大男孩们乐呵呵地说,“痛并快乐着”“年轻人有力气就要花在有用的地方。”这位妈妈也深情致谢,“将孩子以你们为榜样,做一个合格的新青年。”双向奔赴的暖心一幕,引来一片点赞。带儿童尤其婴幼儿出行之难,为人父母者皆有感触。而在过去一段时间,除种种现实难度之外,好像又平添了几分来自舆论场的压力。透过电子屏幕看,公共空间里的孩子们似乎常常不那么可爱。翻开帖子,经常可见“厌童症”;刷刷短视频,不时出现“熊孩子”。加上一些博主将之当成流量密码,炒作话题、渲染矛盾,以博眼球上热搜,更加剧着某种刻板印象,搞得一些家长每带娃出行,都会“战战兢兢”。然而,上述大学生主动帮忙、彻夜抱娃的案例最真实地展示着,公共空间里,人们对“人类幼崽”的关爱与理解,从来都在。对于带娃出行的种种,线上线下何以出现如此撕裂?传播学有一概念叫“拟态环境”,意即传播媒介通过对信息的选择、加工和报道,重新加以结构化后所提供的“环境”。它看似真实,实则仿真,甚至可能与真实相去颇远。某种程度上,“厌童”话题恐怕便是如此。一些流量博主拎出一两个极端个案,再找到情绪“爆点”,包装出一种“孩子都熊”“家长更熊”、周围人不堪其扰且十分厌烦的刻板印象。当这种话题被反复高倍聚焦,很容易让大家心中都有不良预期,压倒和淹没现实中的温情互助、体谅理解,导致一些本来不大的矛盾摩擦升级,最终结成了不同群体之间的死结。跳出“刻板印象”,让镜头展示更丰富更宽广的角度,才能呈现多元立体的“人间真实”。据诸现实,“1米高度”视角看世界,正在融入许多城市的规划设计之中,“人类幼崽”受到的现实关爱并不少。就像一位带娃妈妈感慨,当看到同车人的友善微笑、友好互动,才发现自己此前的“严阵以待”是虚惊一场。换位思考、相互理解,始终是社会交往的底色。呈现现实中明明是主流的美好互动,而非放大现实中明明是少数的口角纷争,才是理性、客观的态度,也是对各个群体负责。一个人人相善共群的社会,一定是温暖的,一个乐意“拥抱童趣”的社会,一定是可爱的。相向而行、双向奔赴,必将遇见更多温馨与美好。

——北京日报《别让“厌童”话题淹没“助童”现实》

近日,主打“纯手工”的蜡根糖等网红零食被曝存在食品安全风险,引发人们对相关食品安全的关注。网红零食之所以走俏,与社交媒体以及第三方平台的造势分不开。一些商家以“纯手工”“无添加”为卖点,利用熟关系、口碑传播等宣传营销方式,将自制食品打造成“网红”销售。一些消费者出于跟风、从众或猎奇心理,过于相信“网红”产品的营销,忽视了对产品生产许可、配料及生产日期等的关注,自身权益容易受到损害。要让网红食品吃得放心,监管部门、第三方平台、商家应各负其责。食品监管部门要加强监管,建立区域内网红零食加工企业和商家台账,通过日常监管和明察暗访,严防“黑作坊”和“三无产品”变身“网红”;依法对违规商家进行严肃处理 and 处罚,形成震慑。第三方平台要通过上架、直播前检查和不定期抽查等方式把好安全关,为不具备安全检测能力的商家提供检测协助,对有侵害消费者权益的商家及时作出处罚或下架等处理。商家要诚信经营守法经营,多在产品质量上下功夫,在守住食品安全底线基础上寻求口感和外观等方面的创新。消费者也要更加理性,不能因为是“网红”就忽视食品安全,平时要多留意食品安全相关科普知识,增强自我保护意识和识别判断能力。

——经济日报《把好网红零食安全关》