

释放增量政策效应 推动经济持续向好

□严卫华

江海锐评

习近平总书记10月29日在省部级主要领导干部学习贯彻党的二十届三中全会精神专题研讨班开班式上强调,各地区各部门要认真贯彻中央政治局会议确定的一系列重大举措,把各项存量政策和增量政策落实到位,打好组合拳,切实抓好后两个月的各项工作,努力实现全年经济社会发展目标任务。这一要求充分体现了当前形势下中央对释放政策效应,推动经济持续回升向好的高度重视。

前不久,江苏省出台“33条”政策举措,以巩固增强经济回升向好态势,进一步推动高质量发展。国庆前夕,中央政治局召开会议,分析研究当前经济形势,部署下一步经济工作,推出

一揽子增量政策,充分展现了推动经济持续回升向好的信心决心。随着各项存量政策有效落实和增量政策加快推进,我市进入10月份以来消费市场持续升温,加上前三季度全市的GDP同比实现6.3%的增长,为完成全年目标任务奠定了坚实基础。下一步我们要深入研究国家一揽子增量政策支持的方向和重点,准确把握南通的需求和特点,充分释放增量政策效应。

发展新质生产力,加快产业转型升级。根据国家和省新出台的扶持产业提档升级政策措施,结合南通区位优势,深度参与长三角产业链补链固链行动,积极融入长三角科技创新共同体建设,加快规上工业企业与上海高校院所合作,新招引产业项目深度嵌入上海苏南产业链。着力构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系,围绕产业升级实施传统产业转型,加快高端化、智能化、绿色发展,提升产业集群竞争力。积极构建

节能、环保产业体系,做好国家政策鼓励的设备更新项目摸排储备,不断夯实发展根基。

主动对接增量政策,持续推进项目建设。随着国家新一轮投资、财政、金融政策的逐步出台,我市各地及相关部门应重视当前政策机遇的承接和落实,积极与国家相关部委对接,找准项目切入点,储备一批切实可行、符合我市需求的重大项目。抢抓年底前的施工黄金期,充分利用政策效应,加快我市各类项目建设进度,形成更多实物工作量,确保项目建设能够拉动经济增长。积极落实好国家出台的房地产新政、新要求,通过开展各类购房促销活动,盘活停缓建项目,加速城市功能升级,增强城市整体竞争力。

策划促进消费活动,激活市场更大潜力。今年“十一”黄金周,我市消费市场红火,68家重点零售餐饮企业实现销售额8.19亿元,同比增长7.6%,市场需求得到有效释放。今年还剩两个月时间,需要各地及相关部门利用国家新出台的促进市场消费的政策,抓好促销政策的对接、策划和实施,在细节上精益求精,推动经济活力提升。加快服务消费升级,着力提振大宗消费,推动汽车、家电等消费品更新换代,充分释放内需潜力。同时要更大力度吸引优质外资,巩固外贸回升向好态势,培育外贸新动能。

释放增量政策效应,推动经济持续回升向好,必须紧盯目标,坚定完成全年任务的自信和决心。要准确判断当前经济形势,辩证分析优势短板,深入研究政策支持的方向和重点,锚定目标排出经济增长点和支撑点,不断培育新动能新优势。强化细化工作举措,持续改进工作作风,拼字当头、满弓发力,以更好状态、更高标准、更实举措,冲刺年内最后两个月,全力推动我市经济持续回升向好,确保完成全年各项目标任务。

观点声音

近期,公安部网安局官方账号发布提醒,不可轻信“买家秀”。电商早已融入我们的生活,面对花样繁多的商品,哪个质量好,哪个应用强,哪个更漂亮,店铺展示的“买家秀”成为消费者网购的重要参考。然而,部分“买家秀”却沦为“骗人秀”。一些商家伪造用户评价和晒图,将虚假的“买家秀”当作引流工具,甚至催生灰色产业链。如近日四川警方破获了一起“网络水军”团伙案。该团伙在2年多时间里为多个平台1000余户商家“刷单控评”,以此攫取不法收益。“水”出来的网络评分灌不出好口碑,反而破坏多方苦心构建的市场环境和网络生态。消费者不得不付出更多精力,在铺天盖地的评价中去伪存真,消费体验打了折扣。挤掉网络评分的“水分”,才能获得真好评。今年9月《网络反不正当竞争暂行规定》施行,明确了“好评返现”“刷单炒信”等行为违法,为网络竞争秩序划出底线,立下规矩,为监管部门提供了明确清晰的执法依据,使监管工作更具针对性和有效性。新规要落地,必须各方齐心协力,共同发挥应有作用,强力打击炒作网络评价的产业链条,建立健全科学合理的信用评价体系和投诉机制。近来,有消费者针对一些“好评如潮”实际“很拉垮”的商家,兴起了“反向打卡”潮流,即去评价一般的商家消费,体验反而超乎预期。从某种角度看,这其实也是一种预警:造假终被市场抛弃,诚信经营方得长久。

——新华网《不可轻信“买家秀”》

近日,有网友发视频称西安市曲江新区规划局一负责人在接待群众来访时,因回答不上问题便偷偷从厕所窗户逃离。后经该局一工作人员证实,确有一名副局长从上午九点多到下午一点多,一直在接待市民的信访,但市民始终不让其离开,无奈之下从窗户离开。最新进展是,当地已安排纪检监察机关联合相关部门启动调查程序,将坚持实事求是、依法依规的原则进行处置。一逃了之,不是解决人民群众急难愁盼的正确姿态。或许有人会辩解,该局长接待群众已长达4小时之久,再说规划调整也不是一个人就能拍板决定的,若是将所有板子打在一处,未免太苛责。其实,并非所有的难题都能第一时间被解决,也并非所有的领导干部都能游刃有余。然而,正所谓“为官避事平生耻”,解决不了问题就当“逃兵”的举动,无疑会失了官员的体面、伤了群众的心。为官一任,自当事不避难、义不逃责,用自己的“辛勤指数”换取群众的“幸福指数”。具体到这件事的解决,官员有必要在规划出台前广开言路、积极沟通,做到民主决策;遇到一时解决不了的问题,官员有必要承诺期限、明确对接人,做到留有余地。如此,才能真正赢得群众的信任。

——南方日报《遇到矛盾“一逃了之”不可取》

近日,北京古代建筑博物馆的天宫藻井冰箱贴成为文创界“顶流”,累计销量已超3万个。该馆已采取线上预约取号、限购政策,预约成功后方可到现场取货。与此同时,中国国家博物馆的明孝皇帝后凤冠冰箱贴也备受青睐,成为该馆当之无愧的销冠,即使冒着淅淅沥沥的秋雨,仍有人愿意清晨六七点钟排长队,就为了买到一个。文创产品似乎已经有很长一段时间没有“爆款”出现,此番两款冰箱贴的火爆来得有些突然,但细细想来,这种突然火爆又并不那么出人意料。如果说文创周边产品的发力代表的是一种文创经济和传统文化的突围,那么它所需要的创新和突破,虽然和文物一样需要时间的沉淀。正如文创设计人员介绍的,从生产周期来看,设计一件文创需要一周左右,尤其是当一些出土文物模糊不清时,设计者需要查询各种资料才能尽可能地还原文物的原貌。换言之,其实文创产品从来就没有真正意义上的“沉寂”,只是因为,开发新产品是周期性的事。而不管是产品的生产者、设计者还是广大消费者,对于中国传统文化的热爱和坚守,从未改变。所谓的文创热潮,早已不再是一股暂时的热潮,而成为了细水长流的可持续性发展,这是公众乐见的局面。博物馆文创产品的开发和销售显然不是为了单纯的商业化盈利,而游客专门来博物馆买文创产品、打个卡,与了解文物、历史、传统文化并不矛盾。这种变化了的文化传播形式与文化体验方式,让文物、博物馆收获了大量人气,人们对文创产品感兴趣,本质上有利于传统文化的更好传承。要相信,一个社会对于传统文化的接纳、理解、传承,及其最终所形塑的社会文化氛围,一定会在普通对文物、文化的可触、可感、可消费中实现升华。

——光明网《博物馆冰箱贴的新一轮爆火,带来什么启示》

今年的“双十一”正在进行中,而“最硬核购物车”已然出炉。某电商平台,20件来自国资央企的大国重器隆重“上新”,产品涉及信息技术、人工智能、航空航天等多个领域,或为“全球首个”“国内首个”,或为“全球之最”“国内之最”,热度爆表。值得一提的是,这波产品不仅让国人一饱眼福,还有两款产品能“付定金”下单,甚至可以参加“满减”活动。“上架的不是商品,而是实力与诚意”。浏览商品详情的网友们直呼“太帅”,忍不住一键收藏。就这样,一根头发丝上绣出7个字母的金洲0.01mm极小径铣刀,全球首台会“爬陡坡”的全断面硬岩隧道掘进机“永宁号”,一天能横跨三省、百公里消耗远低于机票费用的祥云飞艇等等,和大家日用的油盐酱醋、服装鞋帽都放进了购物车。“你敢上架,我就敢下单”,玩梗让大家近距离地感受着中国科技的最新成果,自豪与喜悦油然而生。事实上,高端科技赋能民生才是一种日常。神舟系列载人飞船几度往返,带回来的太空种子培育出的水稻、辣椒、西瓜,让消费者尝了鲜,并给予未来农业无限想象空间;从“天外”到“身边”,基于中国北斗技术的短消息搜救腕表、水稻无人化智慧农场、精度可达5厘米的无人驾驶清扫车等产品迭出,催生一批经济新模式。事实证明,那些酷炫的科技“能上天”也“能落地”,一直在积极推动社会生活更安全、更便捷、更丰富。所有的“硬核国货”,都与你我有关。高端前沿技术不断落地转化、惠及民生,乃科技发展的规律。特别在我国,科技创新的宗旨即服务于人,将科技资源转化为经济社会发展动力,本就是题中应有之义。

——北京日报《所有“硬核国货”都与你我有关》

有建筑公司将项目分包给劳务公司,不认机械操作手为自家员工;有运输公司把车辆承包给司机个人,“人随车走”,试图把劳动关系“撇”出去……据近日《工人日报》报道,部分企业通过业务外包、层层转包、车间转包等方式,试图淡化、模糊劳动关系,规避用工主体责任。劳务外包,是指企业将非核心业务发包给相关机构,由承包方安排人员按发包方要求完成工作的方式。通常情况下,外包劳动者的管理权完全属于承包方,与发包方并无劳动关系。劳务外包成本低、弹性大,如果流程合规、权责清晰,未尝不是一种优化资源配置的方式。压缩“假外包”的生存空间,不能仅靠司法手段,也不能全寄望于企业自觉,职能部门要从源头上想办法。应健全相关法律法规,制定合同格式范本,及时为劳务外包划定用工范围和各方权责,厘清劳务外包与劳务派遣的界限。此外,也要提高承包方经营主体的准入门槛,以淘汰无资质的“包工头”及与企业形成合谋的“影子公司”。许多劳动者在签订合同时,更加在意薪酬福利、工作环境等条款,对用工性质关注不足、分辨不清。相关判例为劳动者提了个醒,当被要求签订所谓“劳务协议”“合伙协议”时,可以拒绝签订,在认为单位可能存在违法用工情形时,要勇于进行维权。对此,工会、人社等部门应进一步加强劳动法律宣传和教育工作,提高劳动者的法律意识和维权能力。对用人单位来说,依法用工是对劳动者负责,也是对自身和社会负责,外包绝不能成为转嫁用工风险的“马甲”。

——工人日报《别让“假外包”成为规避用工责任的“障眼法”》

据《工人日报》报道,浙江省宁波市消费者杨女士反映,某电商平台“双十一”预售启动当天,她接连收到了3条带有验证码的短信,仔细一看才发现,实际是该平台的“双十一”营销广告,其中插入了验证码码及“验证码拒收请回复R”等字样,伪装成验证码绕过了垃圾短信拦截系统。在机不离手的当下,几乎每个人都会受到垃圾短信的困扰,听到手机里传出“叮”的一声,生怕漏了某些重要信息,打开一看原来是一条商业推广的垃圾短信,刹那间感觉就像吞了一只苍蝇,恶心至极。平时可能还不算太多,到了“双十一”等促销季,每天几十条乃至几百条广告的“轰炸”,让人苦不堪言。3年前,工信部针对社会反映强烈的营销短信扰民问题,专门在“双十一”前夕召开行政指导会,要求电商平台全面自查自纠零售、金融等相关产品的短信营销行为,不得未经消费者同意或请求擅自发送营销短信。谁能想到,如今营销短信竟然“升级换代”伪装成验证码。“当我把那3个号码‘拉黑’后,对方又换不同的号码发来相似相似的短信,一天共收到了10多条。”宁波杨女士这样的遭遇,令人不胜其烦。鉴于垃圾短信治理难度大,亟须各方联动并从完善机制建设上发力,打好“治理”组合拳,才能彻底杜绝垃圾短信。首先,电商平台要正视存在的问题,承担起平台生态治理的主体责任,认真履行依法经营电信业务的承诺,强化自我约束和自我管理,切实保护消费者的安宁权。其次,监管部门应加大对商家的监管力度,对违规发送营销短信的行为进行严厉打击和处罚。再次,相关基础电信企业和短信息服务企业应加快完善管理制度和技术手段,加强短信端口接入管理。

——北京青年报《治理营销垃圾短信还需从源头入手》

基层治理需要更多“新力量”

□政青

2020年开始,海安市新园社区在爱心骑士中开展“行中有爱”活动,鼓励他们参与基层治理工作,担任兼职网格员。据统计,今年以来外卖员向社区“行中有爱”微信群反映社情230多条,协助解决问题70余个。(11月1日《南通日报》)

外卖骑手除了送餐,还能送什么?送服务、送治理。细心想来,让外卖员化身网格员,看似平常之举,却蕴含着社会治理的“大智慧”。一则,外卖员每天穿行在各个小区、奔走在各个楼栋,哪里有安全隐患、哪里有不文明行为,他们往往能及时发觉、及时反馈,是收集社情反映民情的“前线哨

兵”;二则,让外卖骑手参与社区治理,自然而然能打通外卖配送“最后一公里”,有助于建设骑手友好社区,提升新就业群体的职业荣誉感,可谓实现了共赢。基层治理从来都不是基层干部的“独角戏”,而是一场各方力量共同参与的“协奏曲”。不止于外卖骑手,像快递小哥、网约车司机等新就业群体都可以成为基层治理的“合伙人”。通过精准延伸基层治理“触角”,建立起各方良性互动互融关系,也是构建共建共治共享治理新格局的题中应有之义。充分依托他们与群众的“近邻”优势,在工作的同时,及时发现管道漏水、路面损坏、楼道杂物等情况,积极劝导乱堆乱放、随便停车、飞线充电等不文明行为,助力发放反电诈、反邪教、垃圾分类、安全生产等宣传材料,又或者引导他们利用工作之余开展“随手拍”,将工作过程中发现的各种问题通过网格微信群或电话等方式,及时传递给社区……多管齐下,培养更多“新力量”成为基层治理的移动“摄像头”,帮助基层把问题消灭在萌芽状态。

同时,针对基层治理工作庞杂、覆盖面广、群众需求多样化等特点,也需要充分发挥新就业群体数量大、分布广、流动快等特点,引导他们融入基层社会治理,由“治理对象”向“治理主体”转变。进一

步强化主管部门的“双重责任”、平台企业的主体责任、街道社区的兜底作用,将新就业群体更好纳入基层社会治理体系,推动实现有人联系、有人管理、有人服务。注重从业绩突出、表现优异、群众认可度高的优秀人员中推选“两代表一委员”,劳动模范、三八红旗手等,放大“新力量”参与基层治理工作的成绩,给予他们更多的荣誉激励和正向反馈。并从解决他们最关注、最关心的问题入手,围绕就业指导、学习教育、劳动保障等方面完善关爱政策,增强新就业群体的职业稳定性,不断提升幸福感,调动他们参与基层治理的积极性。

有话直说

权力是把双刃剑,以权谋财终成空

□凌云

权力是把双刃剑,为民则利,为己则害。剖析媒体所披露的相关案件可知,落马官员有个共同的特点就是是工作之初大都兢兢业业、任劳任怨、勤勉上进,得到了组织的肯定与培养,仕途可谓一帆风顺。但随着职务提升,手中的权力越来越大,本应把全部精力放在为人民服务上,可他们却丧失了初心,萌发了贪念,将党和人民赋予的权力当作受贿敛财的工具,大搞权钱交易,在违法犯罪的道路上越走越远,最终纷纷身陷囹圄。

有人说:“人无横财不富,马无夜草不肥。”对于为政者而言,这样的说法绝不可有。只有靠着“正经”过日子,才能少出事、不出事。史料记载,明朝皇帝朱元璋向地方派任官员时,将他们带到一口井旁教导:“做清官,靠俸禄过日子,就像守着一口井。井水虽不满,但可养活一家老小。如果不满足,非要从外面取水灌入井内,满了就又要加高井台,一旦台被水溢,就会殃及你的乌纱帽,甚至身家性命。”这一番话,被后人称为“一口井”哲理。

历史上,很多为政者都信奉“一口井”哲理,秉持操守,临财不苟,得以青史留名。从杨震“暮夜却金”、包拯“奉母归葬”,到羊续“悬清白之身于高木”、苏轼“一蓑烟雨任平生”,这些清官廉吏的故事告诉我们,面对诱惑,面对不义之财,非分之礼,只有“识得破”“忍得过”,不给人以送礼的由头,不给自己贪腐的念头,始终以敬畏之心对待权力,不放纵、不越轨、不逾矩,以“如履薄冰、如临深渊”的态度依法用权、秉公用权、廉洁用权,保持做人的底气、为官的正气,干净做人,清白做事,才能避免走向歧途、丧失为官者的本分。

《老子》中有句话:“罪莫大于可欲,祸莫大于不知足。”意大利著名画家达·芬奇在《笔记》中也有一句话:“谁不能控制邪恶,就把自己摆在畜生的行列。”环视当今由小贪而大贪、由大贪而巨贪的官员,几乎都是在以权谋财、追逐名利、贪图享乐上栽了跟斗。“贪”字近乎乎“贫”,“婪”字近乎乎“焚”,贪官们看尽了钱财、占了便宜,实则得不偿失、毁了自己。过分放纵贪欲是要付出代价的,明代学者朱载育写过一首《不足歌》作了最好的诠释和注脚,为政者不妨找来一读。



用青春底色绘就乡村振兴美丽画卷

□王孝誉

近年来,海门区自主探索实施“定制村干”计划,首批录取44名定制村干,经过两年半专业学习,28名定制村干于去年9月入职上岗,14名继续深造,2名投身军营。一年多来,这28名人员迅速适应角色转变,深入田间地头,与农民群众打成一片,在春耕秋收中茁壮成长,为乡村振兴注入了青春力量。

乡村振兴,离不开人才支撑。广袤的农村热土需要新鲜血液,定制村干不仅为乡村治理注入了新活力,更为乡村的未来发展储备了宝贵贤才。农村天地广阔,青年大有可为。习近平总书记强调:“乡村振兴为年轻人提供了施展才华的用武之地,希望更多的年轻人为乡村振兴发挥积极作用。”年轻干部要在乡村振兴的大舞台

上建功立业、展现风采,首先要有深厚的爱农情怀。爱农情怀是推动乡村振兴的内在动力,只有对农村和农民怀有深厚的情感,才会真正关注农村的发展,愿意为农民的幸福生活贡献力量。

要学深悟透习近平总书记关于“三农”工作的重要论述,坚持以人民为中心的发展思想,努力做“懂农业、爱农村、爱农民”的“三农”干部。始终与农民心心相印、同甘共苦,经常听农民的“心里话”、经常点群众的“当局局”,经常帮百姓的“挠头事”。乡村振兴没有捷径可走,每一步都需要脚踏实地。道阻且长,行则将至。年轻干部要练好兴农本领,争做乡村振兴路上的“领头雁”。要主动深入田间地头,俯下身、沉下心、迈开步,多走泥巴路、多说乡土话、多沾泥土气,眼睛始终

收获,真正为乡村振兴赋能增力,在乡村振兴的大舞台上唱响青春之歌。

青年是追梦者,也是乡村筑梦人。要让年轻干部在农村稳住心、扎下根,必须注重从政治上、思想上、工作上、生活上关心关爱年轻干部,落实相关政策待遇,为年轻干部工作生活提供必要的保障和条件。要拓展成长空间;加强基础设施建设,增强农村生产生活的便利性和舒适度;组织各种文化娱乐活动,丰富精神生活,着力在感情留人、事业留人、待遇留人三方面发力,让愿意留在乡村、建设家乡的人留得安心,让愿意扎根田野、回报乡村的人更有信心,让青年人才尽展才华、大显身手,为乡村发展汇聚更多智慧和力量,把乡村建设得宜居宜业、更加美丽。