

多向发力,促进“新农人”变身“兴农人”

□凌云

江海锐评

“三农”现代化是中国式现代化的基础,培育更多“新农人”是乡村全面振兴和建设农业强国的关键所在。2023年全国两会期间,习近平总书记赋予江苏“在推进农业现代化上走在前”重大任务,并对培育新时代“新农人”提出明确要求。我市认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神,各项工作扎实推进,一批有着新理念、新技术的新型职业农民,积极践行现代经营理念,成为推动农业农村现代化的生力军,形势喜人。

同时,我们要清醒认识到,“新农人”的培育是一项复杂的系统工程,当前“新农人”的发展仍面临诸多难题。

例如,培训对象不够精准、内容不够丰富、形式不够多元;用地、用工、融资保险等方面矛盾比较突出;基础设施有待完善、公共服务有待优化,良好的创新创业氛围仍需进一步营造。因此,引导推动“新农人”队伍不断壮大、素质稳步提升、效应持续彰显,让“新农人”快速变身“兴农人”,尚有许多工作要做。

精准培育,提升“新农人”真本领。现代农业与传统农业最大的不同,就是理念、设备、营销等方面的精准化。推进“新农人”队伍的发展,不能搞“大呼隆”“一锅煮”,必须首先从聚焦培育主体、分层分类开展精准培育入手。要紧跟产业发展趋势,结合区域特色产业类型,根据“新农人”不同职业定位,按需开发配套多样化培训课程。如针对适度规模经营主体,实施新型农业经营主体带头人轮训;针对涉农专业大学生,

开展创新创业专题培训;针对乡村振兴“新农人”,实施“头雁”培训项目等,切实做到因材施教、因需、因时施训,在具体真实的生产活动中提高他们的实践操作本领。

优化服务,把“新农人”扶上马送一程。农业产业化项目一次性投入大、回报周期长,而“新农人”所拥有的农地、农用装备和设施等不足或很难用于抵押融资等,需要政府出面、政策支持,诸如提供创业基金贷款、配套设施保障、项目服务支持等帮扶,解决医疗、养老、教育等方面的后顾之忧,真心实意为“新农人”营造宜居宜业的良好环境。

成就梦想,尤需“新农人”自身蜕变。唯物辩证法认为,事物的运动、变化和发展是由事物自身的内部矛盾引起的。内因是变化的根据,外因是变化的条件。外部条件再有利、再优越,

离开“新农人”自身的转变和提高,也是无法从“新农人”变成“兴农人”的,如同温度再合适,石头也无法孵出小鸡一样。因此,作为“新农人”要努力提升自己的现代经营理念和科技运用本领,增强创新创业精神和持续学习能力,形成前瞻性的知识体系和科学的思维方法。新质生产力强调人工智能、物联网和大数据等新兴技术的应用,推动农业产业升级和经营模式的创新,“新农人”就要带头向“新”向“绿”而行,把科技变成“新农具”,把网络变成“新赛道”,把盘活经济演绎成“新农活”,联农带农,为推进我市农业现代化作出更大贡献。

总之,只有个人、政府及全社会形成合力,让“新农人”感到农业农村发展有奔头、有甜头、有盼头,才能激励更多“新农人”返乡入乡创新创业,汇聚起乡村振兴的磅礴力量。

紧扣重点环节,推动民生实事落地见效

□王茂华

近日,在政风行风热线直播间,海门区委、区政府相关负责人亮出“成绩单”,展示该区多点开花的实事项目,比如全长8.8公里的江海路改造工程,预计元旦前通车;海门中医院新院将于本月中旬正式投运,等等。

按照以人为本、执政为民的理念,能否把一件件民生实事办实,并取得实效,这是对各级领导干部工作作风实不实、工作效率高不高、服务群众的实事办得到不到位、检验。就关系到民生的某一工程项目的建设来说,要把这一民生实事办实,并能取得实效,就必须在一些重要环节上下足真功夫。

在立项之前的考察和论证上下功夫。在建设项目的初期阶段,立项前的考察和论证工作是确保项目顺利实施、控制投资风险、优化资源配置的关键环节。这一环节不仅涉及项目是否符合民意、是否符合发展的需要,也就是可行性如何,而且还要考虑市场需求和相关技术条件等多方面因素。过去为什么有的地方刚搞的建设,在不太长时间内,就被推翻被拆除,原因就在于立项之前没有认真考察和科学论证。因此,作为领导干部来说,对这一环节必须高度重视,在深入实际认真考察的基础上,进行科学论证,拿出最佳立项方案,并通过深入研

究确定建设项目。项目确定之后,为确保公众的知情权和参与权,必须向公众公开项目信息,让公众了解项目的详细情况、发表意见。在听取群众意见的基础上,再进行反复论证和深入的研究,确定科学的建设项目。

在项目建设的质量落实上下功夫。项目建设是一个复杂庞大的过程。领导干部对这一重要环节应高度重视,通过制定合理措施来确保项目建设顺利进行。要明确项目目标和任务,明确项目的范围、时间、成本和质量要求。要同建设单位建立有效的沟通机制,督促建设单位根据项目任务制定详细的项目计划,优

化资源配置,合理配置项目所需的人力、物力和财力资源,确保资源充分利用。过去为什么有的地方搞建设,经不起检验,出了问题,被人民群众认为是“豆腐渣”工程,其中原因之一就在于建设单位使用了不合格的材料。因此,要通过督查等环节,确保每个环节的建设质量得到保证。在项目建设完工后,要紧紧抓住验收这一重要环节,明确责任,确保项目建设的质

海门的做法值得借鉴。目前已近年年终岁尾,各级政府的各项为民办实事项目,应该列出清单进行公布,这不仅是向人民群众汇报,也是在接受人民群众的检验和考核。

有话直说

要让党员干部敢于“言实情、说真话”

□朱志成

近日,一部由中央电视台、公安部等联合出品的电视剧《我是刑警》正式播出,剧中有一个片段引发网友热议:“1·28”持枪抢劫大案中,省厅领导询问基层民警在排查中为何会漏掉“陈小秋”这个重要线索,这位基层民警每次回答总是侧头看他上级领导。这一行为让网友炸开了锅,纷纷在屏幕上留言:“这种情况在我们单位很普遍,实话都不敢说,谁说得不得领导心意,肯定会被领导‘穿小鞋’”“骂蠢蛋”“现在都这样,凡事都得顺着领导的意思办事,不然真会给自己惹麻烦”“看吧,回到单位,这个民警要被他们队长骂死,而且‘锅’还得这个民警背”……

其实,这个片段之所以让网友“吐槽”不断,主要是因为与网友产生了“共情”,被网友戏称“太现实”。从某种意义上讲,映射了当前我们工作中实际存在的形式主义问题。从行政文化的角度来看,这是典型的“唯上是从”关系,将迎合上级喜好作为工作的首要目标。从本质上讲,这是党性不纯、权力观扭曲、责任心缺失的具体体现。

在如今这样一个人人都可发声、人人都能传播的时代,讲真话的公德属性正在慢慢流失。主要是担心讲了实情,怕影响领导政绩;说了真话,怕被“穿小鞋”;凡事不以领导满意为目标,会被扣上“刺头”的帽子。尤其是近几年,无论是疫情防控期间大搞“表格抗疫”,还是脱贫攻坚期间高估贫困户收入,无论是花费甚至浪费大量公共资金大搞劳民伤财的“政绩工程”,还是迎接上级调研督查安排经典路线展示“亮点形象”……这些“闹剧”背后真实存在的问题,往往是由“不敢说、不能说”造成的。

造成当前部分党员干部特别是基层干部不敢言实情的原因,有这些方面的因素:一是存在本领恐慌,缺少扎实的调研能力,不得不不说一些“假大空”的套话来敷衍应付;二是“好人主义”盛行,打着自己的小算盘,奉行“祸从口出,明哲保身”;三是工作要求用“讲规矩”代替“要听话”,崇尚“一言堂”等。

不可讳言,如果党员干部都学“南郭先生”,信奉“为官不言”,那么真实情况就只能在“发言之后”“材料之外”。只有让党员干部敞开心扉,敢于把真话从心窝里“掏出来”,才能实现“良币驱逐劣币”。因此,必须做到察实情、听真话,打造民主决策、民主考核的“群众堂”,以广纳忠言产生的“蝴蝶效应”,提高党员干部的“言值”和纳谏集思的“智商”;不唯上、只唯实,健全奖惩机制,重用讲真话、报实情、求实效的党员干部,加大对弄虚作假、溜须拍马型干部的惩戒力度;延触角、重监督,在基层民主协商中,在“我为群众办实事”中、在政府信息公开中,多请群众点题,多请群众评判,力求群众满意。只有这样,才能真正让人民群众的获得感、幸福感、安全感更实在。

从小学宪法 伴我成长行 绘画展



画中有话

宪法宣传润童心

昨天是第十一个国家宪法日。我市在组织开展2024年“宪法宣传周”活动中,通过多种形式推动“从小学宪法、伴随成长行”。

陈永高画

打造“太古里”式新地标,引领长三角消费新热潮

□王梓宁

南通中心枫叶小镇奥特莱斯开业前三天,客流量累计突破35万人次,销售额累计超过3280万元,南通“太古里”正引领长三角时尚消费新热潮。

消费不仅是经济增长的重要引擎、促进发展的有力推手,也彰显着市场活力、城市魅力。作为扩大内需的有效途径,消费地位和作用愈发凸显,通过政策引导和活动推动,不断升级消费场景,激发消费潜力、扩大消费需求,更好发挥“压舱石”和“稳定器”的作用,能为推动经济社会高质量发展注入强大动力。

长三角向来是国内消费高地,城市间商业竞争异常激烈,传统商业综合体星罗棋布却渐显同质化疲态。枫叶小镇奥特莱斯精准卡位,不做普通折扣卖场的简单复刻,而是对标成都太古里,

锚定沉浸式、打卡式、一站式理念,重塑商业空间与消费体验,让南通一跃拥有可辐射周边城市的长三角时尚消费引力场。

沉浸式体验令人流连忘返。步入小镇,欧式特色建筑林立,街头艺人随性表演,音乐喷泉随旋律跃动;精心雕琢的景观小品、复古街灯与错落有致的店铺招牌,合力勾勒出异域消费场景,仿若瞬间“穿越”至欧洲小镇。消费者不再是匆忙进店、结账离店的过客,而是漫步其中、深度融入的参与者,时间在这里慢下来,购物更像一场惬意的旅行。这种沉浸式氛围打破传统商场冰冷格局,赋予消费过程情感温度,更加契合当下消费者追求松弛感、氛围感的心里。

打卡式购物掌握流量密码。在社交

媒体主宰生活的当下,“打卡”承载着展示个性、分享生活的社交功能。枫叶小镇深谙此道,打造诸多网红打卡点:梦幻绚丽的建筑风格、造型奇特的商业综合体、充满活力的休闲广场……消费者纷纷驻足拍照,自发分享至朋友圈、小红书、抖音等社交平台,裂变式传播吸引更多流量涌入。线上热度反哺线下消费,门店借此收获曝光,集聚客源,形成良性循环,让南通“太古里”声名远扬,成为长三角游客的“种草”目的地。

一站式集成夯实商业根基。实体店商业逻辑在于便捷舒心,花最少的时间享有最多的选择,所见即所得,没有“时间差”。这里汇聚国际一线多一线二线品牌,从时尚服饰、美妆护肤到运动潮牌、家居精品,品类齐全、琳琅满目;配

套美食广场、南通名品馆等多元业态,消费者无须辗转多处,便能一次性满足购物、餐饮、娱乐、亲子互动需求,节省奔波时间、出行成本,契合都市生活节奏,彰显综合性商业体优势。

“开门红”令人惊艳,“年年红”更加可贵,要维系长久繁荣,持续创新是关键。潮流风向瞬息万变,消费者“喜新厌旧”,未来需在运营管理、文化嵌入、创新迭代上精雕细琢。如何周期性更新打卡点、引入小众先锋品牌,升级更多消费场景、保持新鲜感,更好发挥首店经济的吸引力、首发经济的吸附力,是摆在运营者面前的一道必答题。此外,商业运营与文旅融合仍值得期待,将江海风韵、航母主题充分融入商业场景,打造独一无二的文化消费符号,将赋予项目更深厚底蕴与辨识度。

观点声音

日前,中央层面整治形式主义为基层减负专项工作机制办公室会同中央纪委办公厅,对3起整治形式主义为基层减负典型问题进行通报:违规使用资金,花费1300多万元在城市广场建设多处景观小品;斥资超12亿元建对外交流中心,搞过度装修;侵占耕地挖湖造景,整改存在形式主义,问题反复发生……在党中央三令五申要习惯过紧日子和厉行节约反对浪费情况下,仍有个别地方纪律规矩意识不强,搞“面子工程”,造成严重后果不良影响。从通报案例看,“面子工程”与“面子的事业”不相符,与群众利益背道而驰,既劳民伤财,造成公共资源浪费,又助长弄虚作假、投机取巧的浮夸作风。从更深层次看,“面子工程”损害的是党群关系,忘却的是宗旨意识,影响的是党和政府形象。各地必须引以为戒、从严查处,向“面子工程”坚决说不。向“面子工程”坚决说不,不要树立为民造福的政绩观。剖析“面子工程”问题,一个共性成因是有的领导干部政绩观错位、责任心缺失。他们在短期效益、个人私利等因素驱使下,好大喜功、盲目攀比,不怕群众不满意,就怕领导不注意。向“面子工程”坚决说不,要练就科学决策的硬功夫。工程到底要不要上?具体怎么上?这都要本着实事求是的原则,深入调查研究。向“面子工程”坚决说不,要让铁纪“长牙”、规矩“立威”。教育千遍不如问责到位,让搞“面子工程”者失名失利、担责受惩,人民赋予的权力才不会被动性使用。广大党员、干部要始终把人民放在心中最高位置,把更多精力和资源投入到解决群众急难愁盼中去,群众满意了,才最有“面子”。

——人民日报《向“面子工程”坚决说不》

近年来,一些婚介平台深陷诱导消费、虚假宣传、合同埋雷等争议,备受消费者诟病。当前,婚恋难已经成为一个较为普遍的社会问题。国家统计局相关数据显示,2022年底我国单身人口数量已经达到了2.4亿。与此同时,全国结婚登记数量下跌趋势明显,以今年上半年为例,全国结婚登记343万对,较去年同期减少49.8万对,仅为2014年同期的一半左右。在此背景下,更加凸显出广大青年对于高质量的婚恋中介服务的迫切需求。然而,与之形成鲜明对比的是,在很多消费者眼里,市场上的婚介中介服务已经陷入信任危机,成为“骗子”“婚托”甚至“杀猪盘”的代名词。2023年,一项由京津冀3地消协联合组织的一项调查证实,背景信息审核不严,“红娘”资质有权威性,实际服务与承诺不符、退款难、消费者个人信息泄露隐患等问题,在婚介服务机构不同程度存在,亟待进一步整顿和规范,“婚恋友好”是“生育友好”的重要前提,必须提到更高层面来看待交友平台问题。不久前,国办印发的《关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》明确提出,要搭建多种形式的青年婚恋交友公益平台,可见想方设法为青年搭“鹊桥”势在必行。搭建好婚恋公益平台,需要回答好“谁来搭建”“如何搭建”等具体问题。这两年的全国两会上,多名代表委员呼吁要充分发挥工会、共青团、妇联等群团组织在这方面的作用,把婚恋服务作为民生事业来经营,运用大数据、人工智能等技术为婚恋交友服务赋能,提高可及性、便利性、精准性,不失为一种解决方案。

——南方日报《搭建婚恋公益平台迫在眉睫》

据媒体曝光,有甲醛检测公司通过随意调控设备数据和显色液进行“数据造假”,人为使甲醛检测数据“飙高”,从而诱导消费者购买其除醛治理服务。更令人咋舌和气愤的是,一些检测公司所谓的“除甲醛服务”同样存在猫腻,消费者拿出真金白银购买服务后,却发现甲醛含量仍未达标。不良商家炒作放大“甲醛焦虑”,既损害了消费者的知情权、公平交易权等权益,又扰乱了市场秩序,亟待整治。有过装修经验的人都知道,除甲醛算是一门“必修课”。随着对生活品质要求的提升,人们对家居环境的健康关注度也日益提高。甲醛常见于建筑材料中,在气体状态下无色、有刺激性气味,是危害人体健康的有害物质,也是影响室内空气质量、污染环境的主要因素,尤其家中有小孩、老人、孕妇的,更对之高度警惕,唯恐避之不及。需要注意的是,一些商家出于敛财目的,利用消费者对健康的重视“推波助澜”,不断夸大宣传房屋内的甲醛含量,强化“新房甲醛含量一定高”的刻板印象,诱导消费者购买甲醛检测服务和除甲醛服务,让“甲醛焦虑”成了部分人群沉重的心理负担。有的商家极力渲染甲醛危害,甚至编造白血病、癌症等“甲醛病例”,制造消费恐慌。如何矫正过度的“甲醛焦虑”?一方面,需严厉打击“焦虑贩卖者”。近年来,甲醛检测市场存在部分监管漏洞,给了一些不良商家可乘之机。相关监管部门应该更加严格科学地进行市场管理,不断加大监管力度,明确检验检测机构和人员的工作标准和行为底线,督促企业切实落实主体责任,杜绝出具虚假数据及报告的行为,对恶意竞争、扰乱市场的行为一查到底、严厉追责。另一方面,还需加强甲醛知识科普。甲醛的危害程度与浓度、时间密切相关。在日常生活中,多通风,多净化室内空气,就可以有效降低甲醛对人体的影响。消费者在寻找甲醛检测公司时也应擦亮眼睛,优先选择有国家计量认证标志的正规公司。更深一层来看,“甲醛焦虑”之所以有市场,还是因为消费者对装修材料、家具软装的水平不够信任。随着技术精进、监管防护网不断织牢,市面上家具的甲醛含量控制与十几年前相比已有很大进步,替代传统的脲醛胶的产品越来越多。在加强环保、提高安全质量、赢得消费者信赖这一长路上,家装行业仍大有可为。

——新华每日电讯《别被刻意制造的“甲醛焦虑”忽悠了》

据《人民日报》报道,我国平均每年产生的6亿至7亿部废旧手机中,回收处理量为2亿至3亿部。随着手机更新周期逐渐缩短,手机的报废量越来越大。“十四五”时期,我国手机闲置总量将达到60亿部,二手手机潜藏价值超6000亿元。当前旧手机流通的规范化、标准化、便利化水平在不断提升,但数据泄露风险、价格不透明、分级评定体系不健全、售后保障不足等问题依然存在,成为旧机流通中的痛点和难点。这些手机不能白白浪费掉,而需要积极探索回收利用机制,打造畅通渠道,使之变废为宝,进一步挖掘废旧手机在资源循环利用和发展循环经济中的巨大潜力。众所周知,废旧手机是个“聚宝盆”,其中含有丰富的金属资源,如铜、金、银等,通过科学回收和处理,这些金属资源如果被重新利用,既能减少矿产开掘,降低资源浪费比例,又能减少环境污染。此外,许多旧手机只是更新换代淘汰下来的,并非不能正常使用,在功能上仍然完好,通过简单的维修或升级,就可以满足一些消费者的较低需求,实现资源再利用。当前,废旧手机回收链条较长,市场经营主体复杂多元、零散弱小,缺乏头部企业主导,行业没有标准可依。而且,回收市场存在着诸多问题乱象,如回收渠道不畅、价格不透明、数据泄露风险等,这些问题都制约了旧手机的有效回收和利用。鉴于此,需要政府、企业和消费者共同努力,推动旧手机回收市场的健康发展。有关部门应加强监管,规范市场秩序,制定回收利用标准和流程规范,打击非法回收和违规处理行为,禁止暴力拆解、弃置造成环境污染,强化用户数据保护,保障消费者的合法权益。企业应积极履行社会责任,加大研发投入,开发更高效的回收和处理技术,提高废旧手机的回收率和资源利用率。消费者应增强自身的环保意识和节约意识,积极参与旧手机回收活动。同时应增强合理消费、安全消费意识,尽量选择正规渠道将废旧手机交给专业的回收机构进行处理,避免随意丢弃或卖给非正规渠道,避免掉入消费陷阱。

——北京青年报《别让60亿部旧手机成为烫手山芋》

近两年,一个原本陌生的词汇逐渐为大家熟知,这就是增塑剂,也叫塑化剂。大量实验表明,长期过量接触增塑剂,会干扰人体内分泌,影响青少年生殖健康和生长发育。增塑剂并非百害而无一利。在工业生产中,它作为被广泛使用的高分子助剂,可以改善高分子材料的性能,增强其柔韧性,并使其易于弯曲成型。所以,增塑剂在提高效益、降低成本方面具有显著的优点。正是这些“利”,让一些体育用品制造商忽视了它对人体健康的潜在隐患。邻苯二甲酸酯类增塑剂的“负作用”类似于人工荷尔蒙,人体过量摄入会造成免疫力下降,危害男性生殖能力并促使女性性早熟,长期大量摄入会导致肝癌。而且,其对婴幼儿的潜在危害性远高于成年人。接下来,相关标准的制定亟待提上日程。有了有效适用的标准,源头治理与长效治理才便于开展,“劣币驱逐良币”的现象才会得以终结。聚焦销售环节,各大电商平台、商超、批发市场与零售店应完善产品质量监督机制,强化产品质量问题追溯。譬如,建立生产、销售企业“红黑名单”,阻断“人工荷尔蒙”流入市场。如今,传统增塑剂也有了“绿色”接替者。随着技术进步与产业升级的推进,生产厂商理应顺势而为、加快技术更新。

——广州日报《别让“人工荷尔蒙”伤害“花朵”》