

实现技能人才与产业发展双向奔赴

□徐杰

热点快评

近日,2025“南通日”海洋产业校园行再次出发,我市40家优质企事业单位,在市人社部门组织下,前往盐城、连云港、徐州地区高校开展专场招聘,持续为南通“全域向海”提供人才保障。

稳定就业是最基本的民生,也是“宜业宜商”城市环境的重要支撑,一头连着万家灯火,一头连着经济发展。春节过后,我市企业复工复产节奏加快,用工需求日益旺盛。在今天的招聘人才需求上,我市不少企业在“全域向海”发展上铆足了劲儿,使得各类技能人才成为炙手可热的“香饽饽”,其背后则是反映出各类人才凭借

着手头的“金刚钻”也能实现人生价值的广阔前景。

城市要宜居宜业,企业要做大做强,只有把手头的“铁杵磨成针”,技能人才才能有立身之本,最终在就业市场上脱颖而出。从几十年如一日精细打磨一颗小小轴承钢球,再到国内自主建造的首艘极地探险邮轮、全球最大24000TEU级集装箱船等40多艘“海上巨无霸”出江入海,从传统手工艺的坚守传承到现代工业的顶天立地,都离不开广大技术人才的奉献。近年来,我市大力发展职业教育,持续健全终身职业技能培训制度,建立健全技能人才培养、使用、评价、激励制度,不断让技能人才有更多出彩的机会。数据显示,我市人才资源总量已超过160万,高技能人才总量超过54.11万,高技能人才占就业人员比重超30%,近三年在通院校毕业生年均“留通率”达34.81%。可

见,广大技能人才是南通经济社会发展的宝贵财富,用心用情招才引才、育才用才,不仅能够扩大就业市场的“蓄水池”,更能凝聚高质量发展的智慧力量。

当前,我国战略性新兴产业正在蓬勃发展,特别是高技术制造业增势持续强劲。习近平总书记在参加江苏代表团审议时强调:“抓科技创新,要着眼建设现代化产业体系,坚持教育、科技、人才一起抓,既多出科技成果,又把科技成果转化为实实在在的生产力。”在此背景下,南通聚焦跨江兴海,坚守实体经济,更加迫切需要更多的高素质人才参与到未来的城市建设和企业发展。为此,一方面,各地各部门要牢记高质量发展是新时代的硬道理,牢固树立“尊重人才”理念,全面营造“劳动最光荣”的社会舆论氛围,对本地人才要进一步创新培养模式,开展订单式、定向式教育培训,促

进各项技能与就业岗位匹配度更高;对招引的外来人才进一步畅通绿色通道,坚持“五湖四海”用人原则,切实解决他们的后顾之忧,吸引和鼓励更多年轻人爱上南通、贡献南通。另一方面,各类在通、来通就业人员要坚持正确就业观和价值观,切实转变就业观念,不仅要重视学历,更要重视专业,紧跟时代步伐,始终保持终身学习的理念,在专业领域上不断钻研,精耕细作,为职业生涯更好地夯实根基。

招引更多优质技能人才来通就业是一项系统性工程,需要全社会的重视和行动,既要明确各部门职责,也要打好协同战,真正把党委政府对人才的关心和爱落到实处。从人社部门举办的专场招聘会相关情况可以预见,随着新一批人才队伍的充实壮大,必将推动技能人才与南通“向海图强”发展的双向奔赴。

合力推动数字乡村建设由试点走向普及

□陈艳金 张裕新

近年来,海安紧紧围绕“产业数字化、治理智能化、服务便捷化”目标,坚持“强体系、优场景、优平台、共发展”工作思路,大力推进数字技术与农业农村深度融合,通过智慧农业提质增效,数字赋能乡村治理,繁荣乡村网络生活,利用数字化手段推动政务服务向基层延伸,并通过农村电商助力农民增收,数字乡村建设取得了显著成效。

当前,数字乡村建设正处于深入探索的关键阶段。从国内形势来看,数字经济逐渐成为我国乡村振兴和农业现代化的新动能。如何以数字化赋能乡村产业发展、乡村建设和乡村治理,整体带动农业农村现代化发展、促进农民共同富裕,给基层治理提出了新的课题。海安作为国家数字乡村建

设的“先行者”,在数字乡村建设方面作出了可复制、可推广的探索。

早些年,“要想富先修路”是很多乡村提出的口号,现在农村公路四通八达,加之高标准农田的建设,所有运输车辆可以开进每个村庄。而在数字经济蓬勃发展的今天,“要想富先建网”则凝聚着乡村振兴新共识。行走在广袤农村,如果留心观察便会发现,耸立在田间的铁塔上挂了不少4G、5G基站,网络信号几乎覆盖村村户户。当然,建好网络只是万里长征第一步,用好这些数字基础设施才是根本。

有了数字基础设施,数字化人才培养是关键。乡村数字化人才建设通过推广信息技术、数字化技术,提高农民数字素养与技能,从而提升农村劳动力整体素质,适应新农业发展需求。数字技术

人才不断为农村地区引入新思维、新手段、新模式,也有助于促进农村一二三产业融合,推进乡村产业数字化发展。因此,在试点阶段也应依据现实情况,紧抓关键领域人才培养,加快打造农村地区数字技术人才培养基地,围绕产业发展重点,因地制宜确定人才培养模式和方案,持续提升农民数字化技能和素养,培养一批数字化农业合作社带头人,以点带面实现乡村数字技术人才培养。

有了乡村数字化人才,数字产业要先行。乡村数字产业发展,有助于将大数据、物联网、人工智能等新一代数字技术要素逐步渗透进乡村农业产业。推动农业生产经营、管理服务数字化改造,带来的不仅是农业技术革新和生产力提高,更是农业经营模式的深刻变化,加快传统农业向精细化农业转变。农村独特

的自然风光、文旅资源等信息通过社交网络、线上旅游平台向外传播,带动乡村旅游业、食宿业的发展。

目前由于社会力量动员不够,各类群体共同参与的积极性未能充分调动,数字乡村建设仍处于起步阶段。要让试点走向普及,把“样板间”打造成“商品房”,在更大程度上满足老百姓真实需求、真正关切。这就需要政府部门、金融机构在政策上、资金上多向乡村倾斜,形成合力,丰富数字经济在农业部门、农村地区和农村居民等领域的应用场景。相关运营商、通信企业提供更多技术支撑。更为关键的是,各方加快探索出数字乡村建设的创新范本,让数字技术能够更好地落地,持续为乡村振兴贡献力量,让农民尽可能享受到与城镇居民同样的数字经济发展成果。

全面推动“三农”实现“三增”

□陈露

中央一号文件对“三农”工作做出了全面部署。文件提出,要千方百计推动农业增效益、农村增活力、农民增收收入,为推进中国式现代化提供基础支撑。在实现中华民族伟大复兴的道路上,“三农”工作始终占据着至关重要的位置。全面推动“三农”实现“三增”,是实现乡村振兴战略目标的关键之举,也是实现全面建设社会主义现代化国家的必然要求。

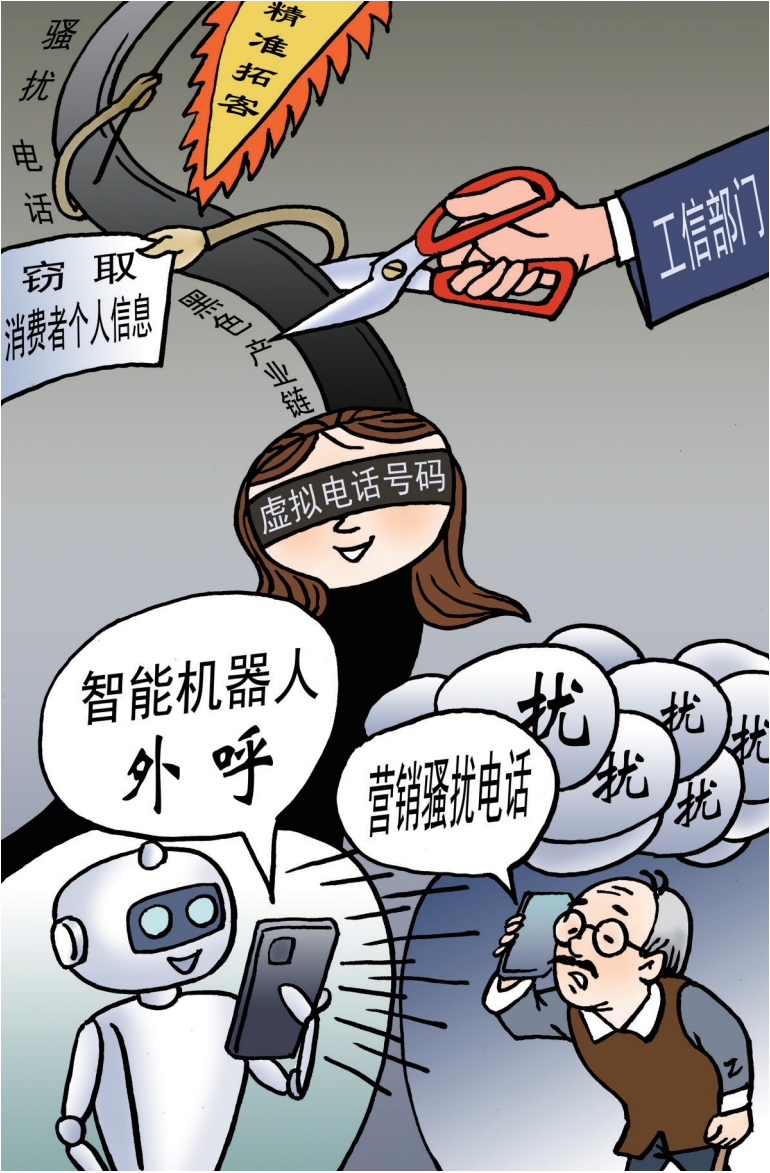
农业增效益,是提升农业竞争力的必由之路。科技的日新月异为农业发展提供了强大支撑,从智慧农业的精准种植到农业物联网的广泛应用,从新型农业机械的普及到农业生物技术的创新,农业生产正在从传统的“靠天吃饭”向智能化、高效化转变。这不仅提高了农产品的产量和质量,更降低了生产成本,增强了农业的市场竞争力。同时,农业产业结构的优化调整,促进了二三产业的融合发展,延长了农业产业链,提高了农产品附加值,让农业成为有奔头、能致富的产业。

农村增活力,是激发农村内生动力的重要举措。基础设施的改善,让农村告别了道路泥泞、水电不通的旧貌,迎来了宽敞平坦的水泥路、稳定畅通的水电网。公共服务的均等化,使农村居民也能享受到优质的教育、医疗和文化资源。乡村治理体系的不断完善,激发了农民参与村庄事务的热情,形成了共建共治共享的良好局面。同时,农村电商、乡村旅游等新业态的兴起,为农村经济发展带来了新机遇,吸引了人才回流、资金下乡,让农村成为充满希望和潜力的发展热土。

农民增收收入,是“三农”工作的核心目标。产业兴旺为农民提供了更多的就业机会和创业空间,让他们在家门口就能实现增收致富。通过加强农民职业技能培训,拓宽农民就业渠道,不断增加农民的工资本性收入。落实各项强农惠农政策,保障农民的合法权益,稳定农民转移性收入。推进农村电商发展,拓宽农产品销售渠道,增加农民经营性收入。农民收入的持续增长,将极大地提升农民的生活水平,增强农民的获得感和幸福感,促进农村经济的繁荣发展。

全面推动“三农”实现“三增”并非一蹴而就,需要政府、社会和农民齐心协力。政府加大政策支持和资金投入,为“三农”发展创造良好的政策环境和条件。社会各界积极参与,为农村发展提供技术、人才和市场等方面的支持。农民自身增强发展意识和能力,发挥主体作用,积极投身农业农村发展。

新时代新征程,需要我们共同努力,全面推动“三农”实现“三增”,让农业成为有奔头的产业,让农村成为安居乐业的美丽家园,让农民成为有吸引力的职业,共同谱写乡村振兴新篇章。



岂容「扰」你没商量

央视“3·15”晚会聚焦“共铸诚信提振消费”主题,曝光了骚扰电话黑色产业链等多个行业乱象。针对智能机器人拨打营销骚扰电话、虚商实名制要求落实不到位等问题,工业和信息化部迅速作出回应,推出相关治理举措。朱晋画

观点声音

放眼全国,以“低价游”为名的购物陷阱屡见不鲜、屡禁不止。随着老龄化社会的到来,“有钱又有闲”的老年人逐渐成为违规低价团“重灾区”。一些商家以“企业赞助”“政府补贴”“赠送礼品”为诱饵,以“百元游山水”“千元看世界”为幌子,将目标对准老年群体,推销质量难以保障的商品,在强制购物中获利。远低于市场价的“低价”二字,可谓精准击中了某些老年人的心理。虽然有风险,但报一个高品质的旅游团,即使子女愿意出钱,他们也会舍不得。在旅途中,有导游和商家利用老年人信息不对称、维权意识弱等特点,通过道德绑架、精准营销、情感操控等话术不断诱导消费,多数人在“包厢式销售”“饥饿营销”的群体氛围中不自觉卸下防备,钻进环环相扣的套路中。满足日益增长的旅游新需求,创造适合老年人的新消费,需要企业、企业、社区、家庭协同发力。比如,建立全国性老年旅游消费维权绿色通道,完善跨部门协作机制,利用大数据监测低价团广告,严查强制购物等行为,让市场监管跑赢低价套路。企业可开发年龄、分层的旅游产品,满足老年人的多样化需求。政府可通过多种方式,引导旅行社推出高品质老年专线。社区可开设反诈课堂,提升老年人防骗意识,让银发旅游回归“愉悦身心”,而非“购物陷阱”。针对不合法“低价游”问题,绝非简单取缔低价产品,而是要以更精细的服务匹配需求,以更严格的监管规范市场,以更温暖的关怀填补情感空缺。唯有与“诗与远方”远离套路,才能托起老年人稳稳的幸福,为银发经济注入可持续的活力。

——人民日报《莫让“夕阳红”受困不合法“低价游”》

从隔夜的黄焖鸡到翻新的卫生巾,从保水包冰的虾仁到网络上的“维修刺客”,“3·15”前后,普通人身边的产品服务频频“爆雷”,让消费者感到格外不安。3月16日晚,“11点前别点外卖”再次登顶热搜,卧底记者称“前一天剩下的食物可能会售卖给第二天先点单的人”。不少网友感叹“学到了”“避雷了”,许多人干脆表示“没想到有这么多猫腻,再也不会买了”。面对生活中的劣质产品,不少消费者的第一反应是躲避。这确实是最简单也最为经济的做法,原因在于单个消费者的声量较弱,维权成本较高,即便是通过各种途径反馈问题,周期也相对较长,不能立竿见影地解决问题。然而从另一个角度出发,如果不从源头上解决问题,单靠每个消费者调整点单时间,不新鲜的食材就不存在了吗?“联合抵制”的这阵风过去,企业还会注意吗?效果或许有限。11点前不点外卖,12点总要吃午饭,若无良商家悄悄节省成本,普通消费者难免中招;一个品牌名声臭了,防不住换个马甲“卷土重来”,“打地鼠”何时是个头?每年“3·15”晚会过后,企业最害怕的不是“点名”,而是各地市场监管部门和消费者的联合行动,是持续性跟踪曝光。消费者有两个心愿,一是期待监管能够提前介入,将劣质产品消灭在萌芽之中,不是等到曝光之后才“连夜出动”;二是呼吁更完善的监督渠道,比如黄焖鸡问题被曝光后,许多网友希望外卖员能去后厨看一看,要求外卖平台定期核实商家的经营情况。织密织牢监管的大网,才能消除消费者焦虑。

——南方日报《对劣质产品要“躲”更要“锤”》

央视“3·15”晚会曝光了疯狂窃取个人隐私的信息黑洞,据称偷取个人信息的获客公司每日处理百亿条数据。有媒体随后补充了企查查数据:国内现存745.38万家软件开发相关企业,今年截至目前已注册28.28万家相关企业。不必看原报道视频,上述摘要已经能把情况勾勒个大概:一是个人隐私数据的非法获取,已经规模化、产业化,且在快速壮大;二是对此黑产的治理还没有形成完整的工具箱,甚至治理目标都是模糊的。普通人厌恶但默然“刚验出怀孕就接到母婴用品推销”“刚谈到房子就收到中介信息推送”,监管部门默许民不举官不纠。即便隐私是权利,数据是财产,人们也没有喊出一句:这就是抢劫。别忘了今天我们讨论信息隐私的大前提:数字时代的基本人权,内涵已经很不相同。从这个前提出发,一些非肉身式的侵犯,也需要以规制暴力犯罪的决心推进。比如,能否根据信息类型、使用场景、危害后果建立分级惩处机制?对于非法获取人脸、声纹等生物特征数据的行为,要不要参照抢劫罪中的加重情节处理?对于数据的流转,要不要建立和资金流转一样的动态监测平台,由网信、公安、工信等部门推进协同治理机制?这些未必是经过严密论证的方案,只是一些启发性方向。不过想想这些,总比看着普通人一个一个费劲地“保存证据”“自己举证”要好——这和自己抓劫匪有什么区别呢。

——光明网《抓取个人隐私就是抢劫》

日前,中办、国办印发《提振消费专项行动方案》提出,鼓励有条件的地方结合实际探索设置中小学春秋假。这一内容,引发多方关注,可谓激活消费的一记妙招。当前,学生假期主要集中在寒暑假,夏季天气炎热,冬季气候寒冷,客观条件致使外出旅行体验大打折扣。更为突出的是,全国中小学学生假期高度重合,每逢寒暑假,热门旅游景点人满为患,不仅影响旅行舒适度,还可能带来安全隐患。鉴于此,若各地中小学能够灵活设置春秋假,可有效实现错峰出行,分流景区寒暑假的客流压力。与此同时,错峰出行模式还能破解假日经济“潮汐效应”痛点,激活家庭消费潜力,促进旅游市场在不同时段均衡发展,助力各地提振消费。但孩子放春秋假,父母能不能跟着一起休假?如果孩子仅是给孩子放春秋假,父母却不能享受带薪休假,那么孩子的假期准来仅仅成为父母的新烦恼。尤其是双职工家庭将面临“孩子放假、家长上班”的难题。这种“制度断层”可能会导致部分家庭不得不将孩子托付给培训机构,从而形成新的负担。所以,给孩子放春秋假,能不能发挥带动旅游消费的作用,还需要带薪休假制度等政策的配套落实。另一方面,当下基础教育领域的教育竞争日益激烈。在一些家长看来,孩子面临的不是假期太少的问题,而是学习时间不够的问题。可见,如果不改变当下的教育生态,家长的教育观念没有转变,春秋假很可能再度沦为补课抢跑的教育。中小学春秋假统筹安排,本质上是对教育时间分配权的重新配置。这种制度变革不仅关乎假期数量的增减,更涉及教育理念的革新、社会结构的调整和公共政策的完善。只有政府、学校、家庭、社会各方携手共进,协同解决配套政策、教育观念、学校管理等一系列问题,春秋假制度才能真正落地生根,发挥其应有的积极作用。

——新京报《给娃放春秋假:“激活”消费一记妙招》

以“拆盒分享”的名义发布香烟展示视频,视频中标明“网上买的‘口粮’”“半价”等字样,只要有人在评论区留言询问价格和购买方式,马上就有人私信邀请加好友,引导网友在私信里交易香烟。据报道,一段时间以来,此类隐晦传播烟草内容、诱导线上烟草交易的短视频在各大社交平台很活跃。一些账号在社交平台发布香烟“拆盒分享”短视频,并在评论区对香烟进行推介、宣传、交易,折出了多重违法侵权风险,踩踏了多条法律红线。如果只是在社交平台以“拆盒分享”等形式单纯地展示香烟,没有什么问题,但如果“拆盒分享”只是手段,推销香烟才是目的,那就成了违法问题甚至是犯罪问题。一些人发布香烟“拆盒分享”短视频做出暗示,吸引网友关注和流量,继而有香烟卖家把短视频评论区当成营销区,以销售香烟为目的,通过与感兴趣的网友直接互动或私信联系等方式交流香烟的品牌、价格等信息……这一连串操作属于通过短视频媒介间接推销香烟的行为,具备了商业广告的法律特征,违背了法律对烟草广告的禁止性要求。我国实行烟草专卖许可制度,香烟经营户只能在指定的场所销售香烟。香烟卖家借助“拆盒分享”短视频评论区完成香烟交易,要么属于未经许可销售,要么突破了烟草专卖许可确定的销售场所、范围和方式进入了销售禁区。一些香烟卖家还存在销售走私烟、假烟、“免税烟”以及货不对板、少发货、不发货等问题,坑骗消费者,扰乱烟草市场秩序,应承担民事赔偿责任、行政处罚责任甚至刑事责任。令人担忧的是,借助香烟“拆盒分享”短视频推销香烟的伎俩还可能让很多未成年人成为烟草广告的被动受众,可能给未成年人接触、购买香烟提供便利,可能会架空针对未成年人的烟草广告禁令和烟草销售禁令。市场监管、烟草、公安等部门应建立联合执法机制,明确责任分工,找准执法切入点,对香烟“拆盒分享”短视频以及关联的评论区推销、交易行为进行定性,明确禁止情形的范围,划清法律红线,并采取查处、曝光、剖析营销套路等措施,对不法香烟卖家进行惩戒、震慑,对消费者进行警示教育。社交平台、短视频平台也应承担主体管理责任,升级管理手段,强化对以香烟“拆盒分享”等推销香烟行为的监测、拦截,发现变相发布烟草广告或违法销售香烟的问题后,采取下架视频、封禁账号等措施,并报告监管部门。消费者也应增强消费理性,坚持从正规渠道买烟,不图便宜从网上购买来源不明的廉价烟,通过投诉举报给治理送助攻。

——北京青年报《香烟拆盒分享拆出了多重违法侵权风险》

让物业从“管理”转向“服务”和“治理”

□朱志成

近日,《浙江日报》刊发《嘉兴经开区推出“透明嘉”平台——物业糊涂账明白账》,文章指出“透明嘉”平台可以让小区收支透明且人人可查可监督,让业主和物业公司能“打开天窗说亮话”,能够有效降低物业成本、居民物业费,引发网友热议。

有网友认为,这是数字化赋能物业管理的有益尝试,既保障了居民所缴费用的资金安全,又维护了居民对公共收益、资金使用的知情权,更能倒逼物业企业规范服务流程、提高服务质量,在行业中具有标杆意义。也有网友怀疑态度,认为此类做法对无法上网的老年人不友好,部分物业企业很可能会通过虚增服务、拖延账目等方式逃避监管,最后又沦为“空欢喜”。

近年来,随着经济社会发展,居民对生活品质的要求日益提升,对物业

管理也提出更高要求。一方面,日益提高的服务需求倒逼物业行业提升服务标准;另一方面,“质价倒挂”引发的业主与物业公司之间矛盾频发的现象屡见不鲜。从上海最大社区因物业服务问题导致业主集体维权更换物业事件,到重庆数百个小区业主集体发起对物业费下调的申请;从武汉一小区物业公开老人电梯失禁视频致老人轻生事件,到内蒙古一小区因物业收费偏高遭业主集体维权……种种事件,表面上反映的是物业服务质效与业主期待之间的“落差”,实质上暴露了当前基层社会治理在矛盾调解机制、多元共治格局、诉求响应效率等方面的不足。

物业管理涉及千家万户的利益,是城市治理的基础性工作。当业主维权渠道的响应效率滞后于居民期待,当制度性政策未能有效吸纳民意,当部门监管执法严而不德、罚而不痛,当业主委员会

形同虚设……看似简单的物业纠纷矛盾,实则是检验基层社会治理效能的“试金石”。

为了更好地解决这一问题,不妨借鉴一下优秀城市的经验做法。比如,浙江嘉兴“透明嘉”信托制模式:设立全体业主共有资金账户(物业费、停车费、房租费、广告费等),实行双密码管理,业主实时查询资金流向,物业企业按照合同约定领取固定酬金。推动小区纠纷率下降90%,物业费收缴率提升至95%,业主满意率达87%;重庆“线上议事会”模式:支持业主在线上开展议事协商会议,对维修基金使用、物业续聘等事项进行投票表决,推动小区投诉率下降72%;河北省高碑店市物业费“成本监审”机制:引入第三方机构核算物业企业人工、能耗等成本,限定收费浮动幅度±20%,推动物业费从2.8元/㎡降至1.5元/㎡,帮助全体业主节省开支超千万元;杭州“物业