

激活培育企业家精神“红色引擎”

□汪捷

江海锐评

近日，市委组织部、市委社会工作部、张謇企业家学院党委率先组建“新兴领域党支部书记学院”，系统化提升新兴领域党组织书记的政治素养和履职能力，为全国新兴领域党建工作树立了创新样本。从张謇“实业救国”的历史传承，到新时代“党建强、发展强”的实践创新，新时代企业家精神的培育离不开“红色引擎”的驱动。

思想领航，校准新时代企业家精

神坐标。新时代企业家精神绝非无本之木，唯有扎根家国情怀的沃土，方能茁壮成长。通过开展党的创新理论学习、国家政策解读等活动，引导企业家跳出单纯逐利思维，从“国之大者”的高度谋篇布局。当企业发展规划与乡村振兴的“希望田野”及“双碳”目标的“绿色赛道”等国家重大发展战略精准对接，方能在服务大局中找准定位、实现突破，让企业家精神有了坚定的价值内核，催生出以实业报国、以创新强国的崇高追求，驱动企业发展与国家命运同频共振。

组织赋能，熔铸新时代企业家精神内核。敢为人先的闯劲、百折不挠的韧

劲，是新时代企业家精神的鲜明标识。这些宝贵品质的锻造，离不开坚实有力的组织保障。通过在关键技术攻关、重大项目推进等一线设立党员先锋岗、组建党员突击队，让党员骨干成为攻坚克难的“硬核支撑”。党员冲锋在前，勇于担当的先锋姿态，既为企业注入强劲动力，更以其强大的示范效应，激励整个团队开拓创新、奋勇拼搏。只有在一线实践的熔炉中，企业家精神才得以持续淬炼与升华，从而在激烈的市场竞争中永葆昂扬斗志与奋进姿态。

融合增效，释放新时代企业家精神活力。新时代企业家精神永葆活力的关键

在于促进党建工作与生产经营深度融合。一方面，要建立“双向进入、交叉任职”机制，将党组织负责人纳入企业决策层，确保党建目标与企业战略同频共振、同向发力；另一方面，要深化“党建+项目”运作模式，通过建立党建联席会议、项目攻坚专班等机制，系统化推动党员骨干在技术研发“揭榜挂帅”、市场拓展“赛马机制”中领衔突破“卡脖子”难题，将组织活力转化为创新效率。同时，要将履行社会责任纳入党建工作体系，通过打造特色党建品牌，引领企业诚信经营、绿色发展、参与公益，让企业家精神源源不断转化为驱动企业发展、推动社会进步的动能。

观点声音

今年以来，以“苏超”“浙BA”等为代表的群众体育活动，成为全国乃至世界关注的体育现象。城市间的体育联赛，不仅促进了各城市之间交流，更体现了城市以人为本的发展理念。这种体育现象的出现并非偶然，而是中国进入高质量发展阶段的必然结果。人民对美好生活的追求不断提质升级，健康且充满活力的个人状态，富足的精神生活，成为当前人们对美好生活认知的具体体现。身上无病，心里没事，便是人生好光景，通过参与体育运动强体魄、增意志、促健康、提活力越来越成为人们的共识。截至2023年年底，我国人均体育场地面积达2.89平方米，经常参加体育锻炼的人数比例达37.2%，提前达成了“十四五”规划目标。随着人均预期寿命的增长，提高生活质量、提升生命质量逐渐成为人们的共识。体育运动激发人的创造力和活力，进而提升社会整体活力水平。运动不仅给生理和心理带来巨大收益，而且能够“改造大脑”，有效提升人的创造力。今天，国际科技和经济竞争的关键在于人才竞争，突出表现在科技的原创性和经济的活力等方面，这些都离不开人的创造力和活力。以体育运动为抓手，能够提高人的创造力和创新意愿；通过群众性体育活动，可以激发社会活力、提升人的精神面貌。《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》提出，要定期发布全民健身城市活力指数、向运动达标者颁发证书。上海、浙江、贵州等地也提出通过体育运动提升城市活力的相关工作方案或规划。体育运动对心理健康的积极作用越发凸显。现代社会，随着生活节奏的加快，心理健康状况成为中国人逐渐关注的健康领域。相关研究表明，缓解精神压力、促进心理健康，体育运动是最便捷、最有效的方式之一。运动后的大汗淋漓，不仅让肌肉得到有效锻炼，心情也会随之放松不少，很多人对此都有切身体会。未来，我们要把体育运动从单纯的肌肉运动的状态中真正解放出来，使体育运动与智力、道德、艺术、社交等更紧密有效地结合在一起，更好发挥体育在促进人的全生命周期健康和全面发展中的作用。长期以来，群众体育的关注程度不及竞技体育，主要原因还是人们对体育的认知和体验仍处于“远观者”而非“参与者”的位置，但体育运动中最有价值的部分只能通过参与获得。“浙BA”“苏超”等大众体育赛事吸引更多人参与，不仅成为城市形象的新名片，也是激发人民和社会活力、促进高质量发展的重要途径。

——光明日报《大众体育热折射国家和社会活力》

暑假来临，不少学生希望通过兼职丰富经历、赚取零花钱，而此时也是不法分子实施诈骗的高发期，有的不法分子针对学生暑期兼职刷单，设计层层诈骗陷阱。7月19日，公安部网安局提示广大学生及家长要提高警惕，谨防被骗。大量案例表明，针对学生暑期兼职的陷阱五花八门，除了打着兼职招聘的噱头，以刷单等名义对学生实施诈骗，还有一类情况比较常见：一些学生寻求兼职时被诈骗分子利用，充当诈骗工具。在此类“兼职陷阱”中，骗子通常利用QQ、微信等社交平台发布兼职信息，或潜伏在各类兼职群中物色目标，利用“高薪兼职”“轻松赚钱”等话术，以“低门槛、高回报”为诱饵，诱骗学生提供银行卡、电话卡，群发诈骗短信等。一旦有人参与其中，即使获利微薄或声称“不知情”，其行为亦可能触犯法律，构成犯罪。对此，应当引起学生及家长的足够重视和警惕。为何有一些学生落入了“兼职陷阱”？归根结底，还是因为他们法律意识淡薄、自我保护能力不足，不知不觉就上了诈骗分子的当，有的甚至在金钱诱惑下变成了犯罪分子的诈骗“帮凶”。对此，需要汇聚相关部门、学校、家长等各方力量，采取切实措施，进一步加强学生权益保护和诈骗违法犯罪预防、治理，合力树起安全屏障，堵住学生“兼职陷阱”。堵住学生“兼职陷阱”需要公检法、教育、网信等部门与金融机构协同合作，坚持“打防管治建”一体推进，通过严密防控体系，做实预警劝阻，强化破击打击，坚持斩断伸向学生黑手，持续保持对电信网络诈骗犯罪的高压态势。相关网站平台要积极履行主体责任，强化技术赋能，通过程序设计精准筛选有电诈倾向的内容，不给诈骗分子可乘之机。堵住学生“兼职陷阱”还需加强普法宣传，提升学生的法治素养和自我保护能力。暑假期间，要充分利用各类新闻媒体特别是网络新媒体，通过典型案例分析、法规解读等方式对学生进行反诈教育。同时，提醒家长积极履行监护责任，及时了解孩子的思想情绪和行踪动向，教育引导孩子远离诈骗。

——北京青年报《惩防并举堵住学生暑期兼职陷阱》

据近日新华社报道，不少人都“领教”过通信行业电话营销的套路：“免费升级”是诱饵，隐性扣费是鱼钩；剥开“限时优惠”的糖衣，里面是开通增值服务、购买高价套餐的“黄连”；推销时频频来电，之后反复投诉才能取消……种种不规范经营行为，长久以来让不少消费者头疼、心烦不已。种种乱象背后，是部分运营商将营销业务外包，而代理商为追求业绩，把营销成功率与业务员收入直接挂钩，压力最终传导至消费端。短期看，充满套路的营销或许能提升签约率，但长期必然侵蚀行业根基。当消费者看到陌生号码就条件反射般挂断，当“通信营销”与“套路陷阱”逐渐画上等号，再花哨的话术也难挽留用户离开的脚步。通信行业的特殊性，决定了其经营不能只算经济账，更要算“民生账”“信任账”。用户选择一家运营商，不仅是选择了张电话卡、一个套餐，更是选择了长期的服务。倘若连知晓价格、自主选择这些基本权利都得不到保障，何谈用户至上？近年来，从工信部要求落实资费套餐全量公示、营销电话全程录音可追溯，到2025年信息通信暖心服务“十件实事”明确精简在售套餐、优化取消流程，监管部门的一系列举措，既是对行业乱象的及时纠偏，更是为经营行为划定了底线规则。政策的生命力在于执行，运营商的业务可以外包，责任不能“甩锅”。此类乱象表面看是营销方式的问题，深层则是发展理念的偏差。运营商与其在营销话术里藏“陷阱”，把精力放在如何让用户签约上，不如从“流量思维”转向“价值思维”，在服务细节中显诚意，思考如何让用户更满意。例如，套餐设计少些捆绑套路，多些按需组合，让用户“用多少选多少”；办理流程少些隐蔽条款，多些阳光透明，让“知情同意”不再是形式；客服响应少些推诿扯皮，多些高效解决，让用户诉求真正得到重视。

——工人日报《通信营销“热情过头”，当心消费者“用脚投票”》

最近关于古城古镇的争议话题不少，收费问题尤其尖锐。前有江西景德镇市瑶里古镇景区宣布进镇要购买门票，却遭到村民和商户集体抵制，甚至亲自带领游客逃票；后有云南丽江古城维护费新规被网友反讽，又扯出了十几年来景区与游客在收费一事上的种种博弈。不收费，文旅开发不意愿，文旅单位表示“压力山大”；收了费，游客和商户齐抵制，口碑和人气都受损。古城收费，为何变成了一场此消彼长的零和博弈？从收费的性质上看，瑶里古镇收的是门票，丽江古城收的是“古城维护费”，似乎后者在名义上更具正当性，但游客仍不买账。许多游客抱怨，自己吃住玩都在古城，已经为当地贡献了不少消费，为何还要额外缴费；也有商户表示，对古城破坏最大的其实是商户的经营活动，使用古城设施更多的是当地居民，不该由游玩短短几天的游客缴纳费用。自然景点的门票也好，人文景区的“维护费”也罢，说到底建立在一个前提之上：旅游资源的开发与保护具有统一性，开发是为了更好地保护。游客甘愿为名山大川、林海雪原付费，因其确实需要门票的收入来弥补前期开发和后续维护的成本；相较于之下对于古城古镇收费的容忍度很低，是因为考虑到诸多古城古镇的开发方向本身就是商业化的，“繁荣”“烟火气”正是其价值的一部分，游客乐见游人如织，大多数游客来此也并非寻求僻静。开发者、商户和游客有着同样的目标，到头来成本却只有游客承担，未免加重了对有关方面管理能力的质疑。更不必说，“保护”一项或许也仅是勉强及格。丽江古城古色古香的建筑和粗糙不平的石板路让人向往，然而食物烧烤带来的浓烟、沿街同质化的商铺和夜晚酒吧里让人眩晕的灯光噪声，也在无形中劝退了不少人。说到底，有没有资格收这笔“维护费”，不是发一纸文件、设一个卡口就能说了算的，也不是账面亏损了、同行都在做就可以强行收的，保护做得好不好，真正的“幕后考官”是游客。出现如此强烈的抵制声音，理应反思下是否还有改进提升的空间，让游客觉得这笔钱花得不吃亏。近年来，“门票经济”这个词很火，各地文旅“卷”起来，用各种宣传和优惠吸引并留住游客，也是为了摆脱其对地方发展的限制。直接的、点对点的收费只能弥补一时的空亏；间接的，由游客和商户互相吸引并体现在市场的和税收上的收入，盘活的是整条产业链。俗话说“远近都是客，相逢就是缘”，再熟悉的朋友、再喜庆的场合，也不能直接伸手要“份子钱”，打扫干干净屋子，准备好美酒美食，把游客当朋友、当家人，大家自然会用心维护这里的一砖一瓦，也更愿意为美好的回忆出一份力。

——南方日报《古城收费为何游客不买单》

用“试经济”带动更多“实消费”

□政青

健身房里，用9.9元体验券完成一次酣畅淋漓的搏击操；手工坊内，用19.9元体验爆款拼豆；街舞工作室中，通过单次课程试着解锁新技术……暑假来临，同城年轻人正掀起一股别样的消费热潮。这种以“单次体验、试完即弃”为特点的“次抛”消费模式，正成为年轻人探索生活、丰富自我的新选择。

继Citywalk、“特种兵式”旅游后，这届年轻人又发掘出了“新乐子”——“次抛”消费，或者叫体验“试消费”。年轻人通常具有较强的好奇心和探索欲，他们渴望尝试新事物，体验不同的课程和活动。逛街、吃大餐、看电影一

条龙“程序化”度过周末已经让不少年轻人感到腻味，兴奋阈值正在悄然发生变化。与传统的休闲娱乐活动相比，低价体验课则同时满足了“新鲜”“实惠”“奇特”等几类要素，更加符合当下年轻人多样化口味。低价甚至免费的体验课也提供了一个低成本尝试新事物的机会，满足了他们的好奇心和探索欲。就像此前“年轻人抢夜校课”话题引发广泛关注，原本作为学习、工作技能的培训场所已变为他们放松心情、解压娱乐的方式。而相较于“露头就秒光”的爆款夜校课，低价体验课不需要手速和“外挂”，也是一次不错的“平替”。

这类单次体验课在线上线下都极具人气，被表述成“羊毛课”“乐子课”，颇有“买到就是赚到”的意思。的确，体验课低廉的价格支出接近于无，就算“货不对板”、体验不佳，也不会有“血本无归”的

心疼。在此心态下，所谓“体验课”的初衷在很大程度上已经不是“体验”，而是“占便宜”，用一杯奶茶钱就能体验兴趣课程，丰富业余生活，试错成本低。对此，不少商家同样也心知肚明，明知对方可能是“羊毛党”，还是来者不拒乃至希望多多益善。低价体验课，看似无利可图，但若是从商家角度考量，聊胜于无，这部分“体验客户”对于留存师资、盘活闲置资源、开拓新的消费群体有着重要作用。在“正式学员”不多的情况下，“体验课”成了教育培训的业务培植的重点。

让体验课回归良性发展，商家需要把心思放在提升课程质量和服务水平上，把“试经济”作为撬动“实消费”的支点，以优质内容和良好体验留住消费者。实体店做好线下生意，既要积极转型，也要诚恳听劝。转型，就是要往新业态、新理念、新模式上转，抓住消费者心理，打开消费“想象力”；听劝，则是充分尊重和关怀消费者，努力提升自身服务水平，用心打造一个暖心的消费环境。只有当消费者感受到商家的诚意，才会更愿意走进店铺，尝试商品，最终实现从“试”到“买”的转化。

作为消费者，面对低价课程的诱惑时也要冷静，仔细甄别课程价值，避免陷入消费陷阱。各类平台要承担起自身的社会责任，履行好审查义务，完善评价机制。

如今，年轻人更加强调个性与边界感，同时在焦虑与压力中学会自我调节。或者在不久的将来，青年一代还会解锁更多新奇的娱乐方式。我们乐意见到更多年轻人花心思去“哄自己开心”，用丰富的文化活动治愈紧绷的神经，以满格电的姿态续航下一场比赛。

“青春好通”，让青年与城市同频共振

□周婷婷

日前，我市推出“青春好通·载桐引凤”通籍学子成长成才服务计划。这一计划由共青团南通市委联合市教育局、工信局共同实施，贯穿通籍学子从高中毕业到大学毕业的全过程。这一计划最值得称道的是，实现了从人才引进到全流程跟踪培养的理念升级，将工作起点提前到高三毕业这一人生规划的关键期，展现了南通引才计划的前瞻性。

百年前，张謇在南通博物苑写下“设为庠序学校以教，多识鸟兽草木之名”的宗旨。今天，南通这座城市以“载桐引凤”的智慧，让每一只离巢的“青凤”都记得归途，让每一位追梦的年轻人都能找到属于自己的星辰大海。

青年因城市而聚，城市因青年而兴。近年来，我市出台了一系列引才政策。2021年崇川区出台的“梧桐树”计划，从全面放开落户限制到提供最高150万元购房补贴，从子女教育保障到多层次资金扶持，构建了立体化人才服务体系。2025年初启动的“才聚江海”行动，更创新打造“沉浸式直播带岗”模式，将直播镜头深入企业实地，让人才“云体验”南通就业创业环境。这些创新举措，使南通的人才政策从单一的物质激励，升级为情感联结、价值认同、发展赋能的综合体系。通过这些政策的实施，南通正逐步构建起一个充满活力、富有吸引力的青年发展型城市。

南通吸引人才，不仅靠政策，更凭实力。这座城市的独特魅力成为“载桐引凤”计划的坚实后盾。在产业布局上，南通既有中天科技这样的产值超千亿元的国家级高新技术企业，也有安惠生物这样将传统农业与现代科技融合的特色企业，为学子提供多元化发展平台。在生态建设上，五山滨江片区的蜕变令人惊叹。曾经“滨江不见江、近水不亲水”的工业岸线，通过铁腕治污和生态修复，如今已成为水清岸绿、鸟语花香的“城市生态客厅”。在文化底蕴上，南通博物苑作为中国最早的博物馆之一，承载着这座城市的文化记忆，激发着青年人对知识的渴望与探索。在教育资源方面，南通拥有一批优质的高等院校和科研机构，为青年人才的成长提供了肥沃的土壤。多维度的魅力，构成了南通吸引人才的独特优势，让每一位来到这里的青年都能找到属于自己的舞台，与这座城市共同成长。

吸引人才不仅要“引得进”，更要“用得好”。人才的价值在于能够充分发挥自身专长，为城市发展贡献力量，让城市对青年更友好，青年在城市更有为。因此，我们在“青春好通·载桐引凤”计划中，不仅要注重吸引人才，更要关注如何让人才在城市中落地生根，发挥最大效能。同时，应注重完善人才服务体系，从住房、教育、医疗等多方面为人才提供全方位保障，确保人才在城市中能够安心工作、舒心生活。这种“引得进、用得好”的人才理念，才是南通打造青年发展型城市的核心所在。



我市借力“苏超”赛事，创新打造“第二现场”多业态引流场景。近日，如东通过“人才夜市”招聘等引才活动，吸引30多家优质企业入场招聘，收效明显。

薛海燕

“苏超”赛场如何打造南通“沉浸式足球+”

□陈海燕

“苏超”绿茵场上，六战全胜的南通健儿风驰电掣的身影，如跃动的音符，奏响“江海明珠”的活力乐章。足球，这项充满激情的运动，正将南通的蓬勃朝气传向四方。面对赛事热潮，南通如何借势打造独特足球文化生态，使之成为驱动城市高质量发展的文化载体与经济引擎？构建“沉浸式足球+”模式，无疑是破题关键。

足球赛场，不仅是竞技场，更应成为城市灵魂的生动展馆。南通拥有深厚的江海文化底蕴，将其精髓巧妙融入赛场设计，能让观赛者在感受足球激情时，深度领略城市魅力。想象一

步入主场，蓝白波浪纹座椅如浩渺江海扑面而来，无声诉说着南通滨江临海的地理基因；立柱镌刻张謇箴言“父教育、母实业”“知体育真义”，如历史灯塔，照亮“中国近代第一城”的精神传承；场边“动态非遗文化墙”上，国家级非遗南通风筝与沈绣，在球迷呐喊中焕发新生；赛前播放城市宣传片，瞬间将绿茵场化为流动的江海文化橱窗。在此氛围中，每一次攻防如踏浪而行，每一声呐喊似江潮回响，足球与城市文化深度交融，成为塑造城市形象的独特力量。

数字时代，足球IP的塑造与传播离不开科技翅膀。应善用数字技术，放大足球文化影响力。文旅部门可发起诸如“浪潮助南通”等特色话题挑战，鼓励市民将吕四渔船、船舶汽笛等独特城市声音融入创意助威视频，让“南通之声”响彻网络。衔接“景区惠民”，以狼山景区

门票奖励优质创作，在抖音、视频号等平台开设“南通足球文化”专题页集中展示，汇聚云端助威声浪。更需贯彻“推动数字服务消费新场景”精神，开发“南通足球文旅通”小程序，整合赛事购票、旅游攻略、非遗体验与商家优惠，设置“江海文化路线”专区，与在线旅游平台对接，实现“一键预订”。探索通过“南通百通”App精准发放“足球+非遗”体验券，形成“查一订一游一购”闭环，为“赛事+文旅”支柱产业注入强劲数字动能。

足球的感染力，如潮水般从赛场蔓延至城市活力商圈。为积极响应江苏省“赛事进商圈”政策，可在核心商圈设立“江海球迷能量站”，进一步构建商圈“第二主场”网络。适时推出“观赛消费套餐”与“万人同屏助威”活动，鼓励市民身着“张謇剪影+地标”助威服、手挥蓝印花布加油旗，释放热爱。此举不仅能营造商圈浓厚足球氛围，更能有效撬动消费需求。赛场内外脉搏同频共振，体育消费潜力奔涌激荡，为城市经济注入新活力，同时提升城市知名度和吸引力。

探索“沉浸式足球+”，本质是以绿茵场为舞台，演绎南通的城市精神。当波浪纹座椅唤起地理记忆，张謇箴言在立柱间回响，非遗之光随进球绽放，足球便升华为解码南通基因的文化符号。而数字声浪的云端汇聚与商圈活力的联动转化，则将这份激情切实转化为发展动能。当构想落地生根，南通赢得的远不止赛场比分。观众带走的，是深烙心间的江海文化印记；城市激荡的，是澎湃不息的经济浪潮。足球激荡的轨迹，恰是“江海明珠”驶向未来的壮阔航迹——每一次开球，都是向世界发出的澎湃邀约！期待南通抓好“沉浸式足球+”之笔，绘就更加辉煌的高质量发展新篇。